

1. 景品表示法に基づく法的措置件数の推移(平成30年10月31日現在)

(単位:件)

年度		平成20 (2008)	平成21 (2009)	平成22 (2010)	平成23 (2011)	平成24 (2012)	平成25 (2013)	平成26 (2014)	平成27 (2015)	平成28 (2016)	平成29 (2017)	平成30 (2018)	合計	年度	
国	措置命令 (※1)	52	12	20	28	37	45	30	13	27	50	21	335	措置命令 (※1)	
	課徴金 納付命令 (※2)									1	19	14	34	課徴金 納付命令 (※2)	
都道府県(※3)		21	26	36	22	29	64	3	3	1	8	2	指示 201	措置命令 14	都道府県(※3)
北海道			1	2	3	1	36				1		43	1	北海道
青森													0	0	青森
岩手													0	0	岩手
宮城													0	0	宮城
秋田													0	0	秋田
山形													0	0	山形
福島		1											1	0	福島
茨城		1		1	1	2							5	0	茨城
栃木		3	1	6	1	2					1		13	1	栃木
群馬							1						1	0	群馬
埼玉					4	9	11	1	1				25	1	埼玉
千葉			1	1		1							3	0	千葉
東京			12	12	3	6	3	2			1		38	1	東京
神奈川		1			2	1							4	0	神奈川
新潟				3			1						4	0	新潟
富山													0	0	富山
石川													0	0	石川
福井													0	0	福井
山梨													0	0	山梨
長野											1		0	1	長野
岐阜		2	1	1			1		1				5	1	岐阜
静岡		3	1	1	1	3	2			1	2		11	3	静岡
愛知					1		2						3	0	愛知
三重													0	0	三重
滋賀		1											1	0	滋賀
京都		1	1		1	1							4	0	京都
大阪		2		1								2	3	2	大阪
兵庫		2	2								1		4	1	兵庫
奈良							2						2	0	奈良
和歌山				2		2	1						5	0	和歌山
鳥取													0	0	鳥取
島根				2									2	0	島根
岡山													0	0	岡山
広島									1				0	1	広島
山口		1					3						4	0	山口
徳島			1	1			1						3	0	徳島
香川													0	0	香川
愛媛			1		1								2	0	愛媛
高知			2										2	0	高知
福岡		1		1		1					1		3	1	福岡
佐賀		1		1									2	0	佐賀
長崎													0	0	長崎
熊本		1	2										3	0	熊本
大分					3								3	0	大分
宮崎					1								1	0	宮崎
鹿児島													0	0	鹿児島
沖縄				1									1	0	沖縄

※1 平成21年8月末日までは公正取引委員会における排除命令件数。平成21年9月1日以降は消費者庁における措置命令件数。

※2 課徴金納付命令は、平成28年4月1日施行の改正景品表示法により導入。

※3 平成26年11月末日までは指示件数。平成26年12月1日以降は措置命令件数(平成26年度の措置命令件数は0件。)

2. 景品表示法に基づく法的措置事件の概要（平成29年11月1日～平成30年10月31日）

※ 国又は都道府県において法的措置を採った事件の公表されたものの概要を掲載しています。措置の詳細につきましては、国又は公表を行った都道府県のホームページを御覧ください（事件概要に記載のURLをクリックしてください。）。

措置日	処分 行政庁	事業者名	事件概要
H30.10.31 【措置命令】	消費者庁	株式会社シエル	<p>株式会社シエルは、「めっちゃたっぷりフルーツ青汁」と称する食品を一般消費者に提供するに当たり、平成27年12月10日から平成30年1月30日までの間、自社ウェブサイトにおいて、例えば、平成27年12月10日から平成28年12月29日までの間、</p> <p>① 「海外でも大注目！ 日本版スムージーの“青汁”ダイエット」、「おいしく飲んでスリムボディに！」、「149種類の酵素で燃焼する体に」、「野草、フルーツ、野菜、海藻の酵素を使用しており、特に野草のもつ免疫力やビタミン、ミネラルが、燃えやすい体を作り、肌の新陳代謝も促す。」等と記載することにより、あたかも、本件商品を摂取するだけで、容易に痩身効果が得られるかのように示す表示をしていた。</p> <p>消費者庁が、同社に対し、期間を定めて、当該表示の裏付けとなる合理的な根拠を示す資料の提出を求めたところ、同社は、当該期間内に資料を提出しなかった。</p> <p>② 「初回 ¥680コース※税抜」、「毎月先着300名様限定」、「・先着順となっておりますので、毎月300名様に達しましたら終了とさせていただきます。」、「・毎回自動お届けコースとなり、2回目以降の価格は3,980円（税抜）となります。」と記載することにより、あたかも、毎月300名に限って本件商品の定期購入を開始できるかのように表示していた。</p> <p>実際には、本件商品の毎月の新規定期購入者数は、300名を著しく超過していた。</p> <p>http://www.caa.go.jp/policies/policy/representation/fair_labeling/pdf/fair_labeling_181031_0001.pdf</p>
H30.10.31 【課徴金納付命令】	消費者庁	株式会社シエル	<p>株式会社シエルは、「めっちゃたっぷりフルーツ青汁」と称する食品を一般消費者に提供するに当たり、平成27年12月10日から平成30年1月30日までの間、自社ウェブサイトにおいて、例えば、平成27年12月10日から平成28年12月29日までの間、</p>

			<p>① 「海外でも大注目！ 日本版スムージーの“青汁”ダイエット」、「おいしく飲んでスリムボディに！」、「149種類の酵素で燃焼する体に」、「野草、フルーツ、野菜、海藻の酵素を使用しており、特に野草のもつ免疫力やビタミン、ミネラルが、燃えやすい体を作り、肌の新陳代謝も促す。」等と記載することにより、あたかも、本件商品を摂取するだけで、容易に痩身効果が得られるかのように示す表示をしていた。</p> <p>消費者庁が、同社に対し、期間を定めて、当該表示の裏付けとなる合理的な根拠を示す資料の提出を求めたところ、同社は、当該期間内に資料を提出しなかった。</p> <p>② 「初回 ¥680コース※税抜」、「毎月先着300名様限定」、「・先着順となっておりますので、毎月300名様に達しましたら終了とさせていただきます。」、「・毎回自動お届けコースとなり、2回目以降の価格は3,980円（税抜）となります。」と記載することにより、あたかも、毎月300名に限って本件商品の定期購入を開始できるかのように表示していた。</p> <p>実際には、本件商品の毎月の新規定期購入者数は、300名を著しく超過していた。</p> <p>課徴金額：1億886万円</p> <p>http://www.caa.go.jp/policies/policy/representation/fair_labeling/pdf/fair_labeling_181_031_0001.pdf</p>
<p>H30.10.26 【課徴金納付命令】</p>	<p>消費者庁</p>	<p>株式会社Life Leaf</p>	<p>株式会社Life Leafは、「ファティーボ」と称する商品を一般消費者に提供するに当たり、平成29年4月3日から平成30年3月26日までの間、例えば、平成29年4月3日から同年11月21日までの間、自社ウェブサイトにおいて「太れない体質だとあきらめたくない!」、「女性らしい美ボディに!健康的にふっくらしたい」、本件商品の容器包装の写真と共に、「3ヶ月で5.1kg増えた『7つの秘訣』プレゼント!」等と記載することにより、あたかも、本件商品を摂取することにより、容易に肥満効果が得られるかのように示す表示をしていた。</p> <p>消費者庁が、同社に対し、期間を定めて、当該表示の裏付けとなる合理的な根拠を示す資料の提出を求めたところ、同社は、期間内に表示に係る裏付けとする資料を提出したが、当該資料は、当該表示の裏付けとなる合理的な根拠を示すものであるとは認められないものであった。</p> <p>課徴金額：266万円</p> <p>http://www.caa.go.jp/policies/policy/representation/fair_labeling/pdf/fair_labeling_181_026_0001.pdf</p>

<p>H30. 10. 25 【措置命令】</p>	<p>消費者庁</p>	<p>株式会社言歩木</p>	<p>株式会社言歩木は、「山野草醗酵酵素ブルーベリーDX」と称する飲料を一般消費者に提供するに当たり、平成28年5月24日、同年9月23日、同年12月21日及び平成29年5月24日、 日刊新聞紙に掲載した広告に次のような表示を行っていた。</p> <p>例えば、平成28年5月24日に配布された日刊新聞紙に掲載した広告において、『かすみ』『ぼやけ』『ポタポタ』等…。加齢だけが原因ではなく、毛細血管の詰まりや減少により、繊細な目に必要な栄養が届かないためだが、これは放ってはおけない。当然加齢で衰えた消化酵素と代謝酵素が起因している。そこで60余年の醗酵技術が苦節7年の研究の末、視界によい野生種（ワイルド）ブルーベリーの酵素化に続き、3種のベリーの酵素化にも成功。滋養豊富な山野草醗酵酵素は、腸内環境を整えるのは勿論、衰えた消化酵素の力を借りずに吸収できるまで分解されている。様々な成分を体内に摂り込むことで、全身の代謝酵素が活発になり、瞳と体に栄養成分が届き組織を再生、滞った老廃物を排出するなど本来の仕事をしてくれる。瞳の健康には『瞳と身体の両方の健康』が重要なのは言うまでもない。【文／鳶 慶彦】等と記載することにより、あたかも、本件商品を摂取するだけで、本件商品に含まれる酵素の働きにより、視力の回復効果及び「かすみ」、「ぼやけ」といった目の症状の改善効果が得られるかのように示す表示をしていた。</p> <p>消費者庁が、同社に対し、期間を定めて、当該表示の裏付けとなる合理的な根拠を示す資料の提出を求めたところ、同社は、期間内に表示に係る裏づけとする資料を提出したが、当該資料は、当該表示の裏付けとなる合理的な根拠を示すものであるとは認められないものであった。</p> <p>http://www.caa.go.jp/policies/policy/representation/fair_labeling/pdf/fair_labeling_181_025_0001.pdf</p>
<p>H30. 10. 25 【課徴金納付命令】</p>	<p>消費者庁</p>	<p>株式会社言歩木</p>	<p>株式会社言歩木は、「山野草醗酵酵素ブルーベリーDX」と称する飲料を一般消費者に提供するに当たり、平成28年5月24日、同年9月23日、同年12月21日及び平成29年5月24日、 日刊新聞紙に掲載した広告に次のような表示を行っていた。</p> <p>例えば、平成28年5月24日に配布された日刊新聞紙に掲載した広告において、『かすみ』『ぼやけ』『ポタポタ』等…。加齢だけが原因ではなく、毛細血管の詰まりや減少により、繊細な目に必要な栄養が届かないためだが、これは放ってはおけない。当然加齢で衰えた消化酵素と代謝酵素が起因している。そこで60余年の醗酵技術が苦節7年の研究の末、視界によい野生種（ワイルド）ブルーベリーの酵素化に続き、3種のベリーの酵素化にも成功。滋養豊富な山野草醗酵酵素は、腸</p>

			<p>内環境を整えるのは勿論、衰えた消化酵素の力を借りずに吸収できるまで分解されている。様々な成分を体内に摂り込むことで、全身の代謝酵素が活発になり、瞳と体に栄養成分が届き組織を再生、滞った老廃物を排出するなど本来の仕事をしてくれる。瞳の健康には『瞳と身体の両方の健康』が重要なのは言うまでもない。【文／鳶 慶彦】等と記載することにより、あたかも、本件商品を摂取するだけで、本件商品に含まれる酵素の働きにより、視力の回復効果及び「かすみ」、「ぼやけ」といった目の症状の改善効果が得られるかのように示す表示をしていた。</p> <p>消費者庁が、同社に対し、期間を定めて、当該表示の裏付けとなる合理的な根拠を示す資料の提出を求めたところ、同社は、期間内に表示に係る裏づけとする資料を提出したが、当該資料は、当該表示の裏付けとなる合理的な根拠を示すものであるとは認められないものであった。</p> <p>課徴金額：1814万円</p> <p>http://www.caa.go.jp/policies/policy/representation/fair_labeling/pdf/fair_labeling_181025_0001.pdf</p>
<p>H30.10.19 【課徴金納付命令】</p>	<p>消費者庁</p>	<p>合同会社DMM. com</p>	<p>合同会社DMM. comに組織変更する前の株式会社DMM. comは、「DMM. make 50インチ 4Kディスプレイ」と称する液晶ディスプレイ及び「DMM. make 65インチ 4Kディスプレイ」と称する液晶ディスプレイ（以下これらを併せて「本件2商品」という。）を一般消費者に販売するに当たり、自社ウェブサイトにおいて、本件2商品について、それぞれ、「DMM. make 50インチ 4Kディスプレイ」と称する液晶ディスプレイにあつては平成28年11月15日から平成29年4月12日までの間、「DMM. make 65インチ 4Kディスプレイ」と称する液晶ディスプレイにあつては平成28年11月25日から平成29年4月12日までの間、「4K/60p, 120Hz 駆動, HDCP 2.2対応の50/65インチ 4Kディスプレイをお求めやすい価格でご提供。」「4K/60p入力に対応 さらに120Hz 倍速駆動で、4K映像をなめらかに！」及び「1秒間に60フレームの4K映像を表示する4K/60pに対応。さらに120Hz 駆動でフレームを補完し、よりなめらかな映像を映し出します。」と記載するとともに、「4K/60p（1秒間に60フレーム）」、「前後から予測して新しい映像を生成」、「120Hz 倍速駆動（1秒間に120フレーム）」及び「滑らかな映像表示」と付記された3枚の画像のそれぞれの間新たな画像が差し込まれ合計5枚の画像となることを示す図を掲載することにより、あたかも、本件2商品の各商品が、前後のフレームから中間的なフレームを新たに生</p>

			<p>成し、映像を補完する倍速駆動と称する技術により、1秒間に60フレームで構成される映像を1秒間に120フレームで構成される、より滑らかな映像にして映し出す機能を具備しているかのよう に示す表示をしていた。</p> <p>実際には、本件2商品の各商品は、1秒間に60フレームで構成される映像を1秒間に120フ レームで構成される映像にして映し出す機能を具備していなかった。</p> <p>なお、平成11年11月に設立された株式会社DMM. comは、平成30年5月25日、合同 会社DMM. comに組織変更している。</p> <p>課徴金額：1704万円</p> <p>http://www.caa.go.jp/policies/policy/representation/fair_labeling/pdf/fair_labeling_181019_0001.pdf</p>
<p>H30.10.18 【措置命令】</p>	<p>消費者庁</p>	<p>株式会社ジャパ ネットたかた</p>	<p>株式会社ジャパネットたかたは、</p> <p>① エアコン4商品を一般消費者に販売するに当たり、例えば、「シャープ エアコン【G-TD シリー ズ】(AY-G22TD)」と称するエアコンについて、平成29年5月19日に配布した会員カタログ において、「ジャパネット通常税抜価格 79,800円」、「2万円値引き」、「さらに！会員様限 定2,000円値引き」及び「値引き後価格 会員様特価 57,800円」と記載することによ り、あたかも、「ジャパネット通常税抜価格」等と称する価額は、同社において通常販売してい る価格であり、「値引き後価格」等と称する実際の販売価格が当該通常販売している価格に比し て安いかのように表示していた。</p> <p>実際には、「ジャパネット通常税抜価格」等と称する価額は、同社において、最近相当期間に わたって販売された実績のないものであった。</p> <p>② テレビ1商品を一般消費者に販売するに当たり、平成29年7月24日に配布したダイレクト メールにおいて、「会員様限定 3万円値引き」、「ジャパネット通常税抜価格 139,800円」 及び「値引き後価格 会員様特価 109,800円」と記載することにより、あたかも、「ジャ パネット通常税抜価格」と称する価額は、同社において通常販売している価格であり、「値引き 後価格 会員様特価」と称する実際の販売価格が当該通常販売している価格に比して安いかのよ うに表示していた。</p> <p>実際には、「ジャパネット通常税抜価格」と称する価額は、同社において、最近相当期間にわ</p>

			<p>たつて販売された実績のないものであった。</p> <p>http://www.caa.go.jp/policies/policy/representation/fair_labeling/pdf/fair_labeling_181_018_0001.pdf</p>
H30.10.5 【課徴金納付命令】	消費者庁	株式会社 サクライキ SAKLIKIT	<p>株式会社SAKLIKITは、「CC+ DOWN LEGGINGS（シーシープラス ダウンレギンス）」と称する下着（以下「本件商品」という。）を一般消費者に販売するに当たり、平成28年5月17日から平成29年4月20日までの間、自社ウェブサイトにおいて、「何もしなくても24時間絶食状態！！ 異常なスピードで体重が落ちる！！ その威力はたった3日で-5kg減量！ 7日後・・・-10kg 10日後・・・-14kg 21日後には下半身だけじゃない！？ 全身の脂肪が痩せていく！！ ↓↓↓」と記載するとともに人の身体を比較した画像を掲載した上で「78kg⇒56kg！！ 体重-22kg減！！」</p> <p>「ただレギンスを履くだけで・・・ ①ミクロ単位の骨盤矯正 ↓↓↓ ②強制循環呼吸法 ↓↓↓ ③脂肪の無限∞燃焼 ↓↓↓ ④毒素の大量排出 この4stepで 365日・・・ 脱ぎ捨てるまで瘦身スパイラルが止まらない」</p> <p>「14日以内に全身の脂肪を削ぎ落とす！！ >>14日間着用<<」と記載するとともに人の腹部を比較した画像を掲載した上で「体重64kg⇒43kg 体重-21kg減 体脂肪率⇒驚異の9%」</p> <p>「体型が激変した体験者は 既に300名を超えています」と記載した上で「◎最低体重記録を更新しました！ 柴田茜様（29歳）3週間着用」と記載するとともに人の身体を比較した画像を掲載した上で「61kg⇒43kg >>-18kg<< 出産を期に15kg太ってしまいました。5年くらい何をしても全く落ちなかったのに・・・CC+ダウンレギンスを履き始めたら、ここ数年の最低体重記録を更新しました。」</p> <p>などと記載することにより、あたかも、本件商品を着用するだけで、短期間で容易に著しい瘦身効果が得られるかのように示す表示をしていた。</p> <p>消費者庁が、同社に対し、期間を定めて、当該表示の裏付けとなる合理的な根拠を示す資料の提出を求めたところ、同社は当該期間内に当該資料を提出しなかった。</p> <p>課徴金額：255万円</p> <p>http://www.caa.go.jp/policies/policy/representation/fair_labeling/pdf/fair_labeling_181_018_0001.pdf</p>

			005_0002.pdf
H30.10.5 【課徴金納付命令】	消費者庁	株式会社ギミックパターン	<p>株式会社ギミックパターンは、下着などの衣類4商品（以下「本件4商品」という。）を一般消費者に販売するに当たり、最長で平成28年9月1日から平成29年12月20日までの間、自社ウェブサイトにおいて、</p> <p>① あたかも、本件4商品を着用するだけで、容易に「脚が細くなる」、「豊胸」、「痩身」などの効果が得られるかのように示す表示をしていたが、消費者庁は、ギミックパターンに対し、期間を定めて、当該表示の裏付けとなる合理的な根拠の資料の提出を求めたところ、同社は、期間内に表示に係る裏付けとする資料を提出したが、当該資料は、当該表示の裏付けとなる合理的な根拠を示すものであるとは認められないものであった。</p> <p>② あたかも、「通常価格」と称する価額は、自社ウェブサイトにおける通常の販売価格であり、実際の販売価格が当該価格に比して安いかのように表示していたが、実際には、「通常価格」と称する価額はギミックパターンが任意に設定した価額であって、販売された実績のないものであった。</p> <p>課徴金額：8480万円</p> <p>http://www.caa.go.jp/policies/policy/representation/fair_labeling/pdf/fair_labeling_181005_0001.pdf</p>
H30.9.11 【措置命令】	大阪府	株式会社恒づね	<p>株式会社恒づねは、</p> <p>①自ら運営する飲食店において一般消費者に料理を提供するに当たり、平成29年7月4日から平成30年5月22日までの間、当該飲食店のメニュー等において、「ディナーの牛肉は融点温度の低い雌牛のみを使用しています」と記載することにより、あたかも、当該飲食店で提供される全てのディナーに雌牛を使用するかのよう示す表示をしていたが、実際には、大半に雄牛（去勢牛）を使用していた。</p> <p>②牛肉を一般消費者に販売するに当たり、平成27年11月24日から平成30年1月25日までの間、商品名等に「最上級A5ランク」などと記載していたが、実際には、A5ランク以外の精肉が混入していた。</p> <p>http://www.pref.osaka.lg.jp/hodo/index.php?site=fumin&pageId=32214</p>

<p>H30. 9. 4 【措置命令】</p>	<p>消費者庁</p>	<p>株式会社キリン堂</p>	<p>株式会社キリン堂は、「グラリスゴールド」と称する食品（以下「本件商品」という。）を一般消費者に販売するに当たり、遅くとも平成27年5月1日から平成28年12月22日までの間、本件商品取扱店舗（66店舗）の店頭表示物において、太った人物が腹部を掴んでいるイラスト、細身の人物がサイズの大きなズボンを掴んでいるイラスト及び人物が腹部を指差している画像と共に、「挑戦者続出」、「食べるの大好き&運動嫌い」、「でも燃えた!!」、「脂肪を減らしながら基礎代謝を上げる だからリバウンドしにくい」、「①脂肪分解酵素を分解 ②脂肪燃焼力を大幅UP ③脂肪合成酵素を徹底抑制 + さらに④還元型CoQ10で燃焼力UP↑」及び「脂肪の消費を大幅UP」と記載することにより、あたかも、本件商品を摂取するだけで、特段の運動や食事制限をすることなく、体脂肪の分解、燃焼及び合成抑制による、外見上身体の変化を認識するまでの痩身効果が得られるかのように示す表示をしていた。</p> <p>消費者庁が、同社に対し、当該表示の裏付けとなる合理的な根拠を示す資料の提出を求めたところ、同社から資料が提出されたが、当該資料は当該表示の裏付けとなる合理的な根拠を示すものとは認められなかった。</p> <p>http://www.caa.go.jp/policies/policy/representation/fair_labeling/pdf/fair_labeling_180904_0001.pdf</p>
<p>H30. 7. 30 【措置命令】</p>	<p>消費者庁</p>	<p>株式会社G L O R I A</p>	<p>株式会社G L O R I Aは、「pinky plus」と称する商品を一般消費者に提供するに当たり、平成28年9月9日から平成29年9月28日までの間、自社ウェブサイトにおいて次のような表示を行っていた。</p> <p>「ツイッターやfacebookで話題のバストアップサプリ!」、「『プエラリア』で満足できなかった女性」、「94%が2カップ以上UPを実感」、「体験者1万人以上の声が証明!」、「10日間でまさかの2カップUP!」、「2大豊胸成分を1粒にギュ〜っと濃縮!」、「うつむくと胸が邪魔して下が見えない!」、「生活習慣改善」、「成長ホルモン分泌促進」、「バストアップが成功する条件をクリア」、「ハリ」、「弾力」、「美肌」、「ツヤ」、「理想のバストがあなたのものに!」等と記載することにより、あたかも本件商品を摂取するだけで、本件商品に含まれる成分により、誰でも容易に著しい豊胸効果が得られるかのように示す表示をしていた。</p> <p>消費者庁が、同社に対し、期間を定めて当該表示の裏付けとなる合理的な根拠を示す資料の提出を求めたところ、同社は、期間内に表示に係る裏付けとする資料を提出したが、当該資料は、当該</p>

			<p>表示の裏付けとなる合理的な根拠を示すものであるとは認められないものであった。</p> <p>http://www.caa.go.jp/policies/policy/representation/fair_labeling/pdf/fair_labeling_180730_0001.pdf</p>
H30.7.25 【措置命令】	消費者庁	株式会社Life Leaf	<p>株式会社Life Leafは、「ファティーボ」と称する商品を一般消費者に提供するに当たり、平成29年4月3日から平成30年3月26日までの間、例えば平成29年4月3日から同年11月21日までの間、自社ウェブサイトにおいて「太れない体質だとあきらめたくない!」、「女性らしい美ボディに!健康的にふっくらしたい」、本件商品の容器包装の写真と共に、「3ヶ月で5.1kg増えた『7つの秘訣』プレゼント!」と記載するなどにより、あたかも、本件商品を摂取することにより、容易に肥満効果が得られるかのように示す表示をしていた。</p> <p>実際には、当該表示の裏付けとなる合理的な根拠を有しておらず、当該表示どおりの効果が得られるとまで認められないものであった。</p> <p>http://www.caa.go.jp/policies/policy/representation/fair_labeling/pdf/fair_labeling_180725_0001.pdf</p>
H30.7.24 【措置命令】	消費者庁	日本マクドナルド株式会社	<p>日本マクドナルド株式会社は、「東京ローストビーフバーガー」及び「東京ローストビーフマフィン」と称する料理並びにこれら料理を含むセット料理の各料理（以下これらを併せて「本件料理」という。）を一般消費者に提供するに当たり、例えば、「東京ローストビーフバーガー」と称する料理について、テレビコマーシャルにおいて、平成29年8月8日から同月24日までの間、「しっとりリッチな東京ローストビーフバーガー」との音声と共に、ローストされた牛赤身の肉塊をスライスする映像を放送するなど、あたかも、対象料理に使用されている「ローストビーフ」と称する料理には、ブロック肉（牛の部分肉を分割したもの）を使用しているかのように示す表示をしていた。</p> <p>実際には、本件料理に使用されている「ローストビーフ」と称する料理の過半について、成形肉（牛赤身のブロック肉を切断加工したものを加熱して結着させて、形状を整えたもの）を使用していた。</p> <p>http://www.caa.go.jp/policies/policy/representation/fair_labeling/pdf/fair_labeling_180724_0001.pdf</p>

<p>H30. 7. 3 【措置命令】</p>	<p>消費者庁</p>	<p>H I T O W A ケ アサービス株式 会社</p>	<p>H I T O W A ケアサービス株式会社は、「イリーゼ」と称する有料老人ホーム 1 0 6 ヶ所（以下これら併せて「イリーゼ」という。）において提供するサービスを一般消費者に提供するに当たり、平成 2 8 年 9 月 1 1 日頃から平成 3 0 年 6 月 3 0 日までの間、パンフレットにおいて、「終の棲家として暮らせる重介護度の方へのケア」と記載した上で、「寝たきりなど要介護度が重い方もお過ごしいただくことができます。ご希望の方には、医療機関と連携しご家族様のお気持ちに寄り添いながら看取り介護にも対応しております。」と記載していた。</p> <p>実際には、入居者の行動が、他の入居者又は同社の従業員の生命若しくは身体に危害を及ぼし又はその切迫したおそれがある場合であって、イリーゼにおける通常の介護方法又は接遇方法ではこれを防止することが出来ないときは、当該入居者との入居契約を解除することがあるものであった。</p> <p>http://www.caa.go.jp/policies/policy/representation/fair_labeling/pdf/fair_labeling_180703_0001.pdf</p>
<p>H30. 6. 29 【課徴金納付命令】</p>	<p>消費者庁</p>	<p>株式会社 A R S</p>	<p>株式会社 A R S は、「電気の 1 1 0 番救急車」及び「クラピタル」と称する屋号、「街の修理屋さん」と総称する屋号並びに「ライフ救急車」と称する屋号による電気・鍵・ガラス・害虫の各トラブル解決に係る 9 役務を一般消費者に提供するに当たり、平成 2 8 年 4 月 1 日から平成 2 9 年 6 月 3 0 日までの間、各役務に関し、それぞれ、次のような表示を行っていた。</p> <p>① 6 役務について、「全国 1 0 0 0 拠点！」等と記載することにより、あたかも、各役務を提供する拠点が全国に 1, 0 0 0 か所存在するかのよう示すなどの表示をしていたが、実際には、各役務を提供する拠点の数は、それぞれ 1, 0 0 0 を大きく下回っていた。</p> <p>② 6 役務について、「年間実績 1 0 万件以上」等と記載することにより、あたかも、各役務の年間受注実績等が 1 0 万件以上であるかのように示すなどの表示をしていたが、実際には、各役務の年間受注実績等は、それぞれ 1 0 万件を大きく下回っていた。</p> <p>③ 6 役務について、「官公庁・有名企業御用達の確かな実績あるサービスです。」等と記載するとともに事業者等の名称等を記載することにより、あたかも、各役務について、記載された名称等に係る事業者等から多数の受注実績があるかのように示すなどの表示をしていたが、実際には、記載された名称等に係る事業者等の一部又は大部分からの受注実績がなかった。</p> <p>④ 5 役務について、「メディア取材実績アリ 日本テレビ Z I P ! テレビ朝日グッド! モーニ</p>

			<p>ング 関西テレビよ～いどん！」等と記載することにより、あたかも、各役務について、これらのテレビ番組からの取材実績があるかのように示す表示をしていたが、実際には、これらのテレビ番組の一部又は全部からの取材実績がなかった。</p> <p>⑤ 4 役務について、「業界最大手の電気のプロが即日対応します。」等と記載することにより、あたかも、各役務の業界において自社が最大手又は一番の事業者であるかのように示す表示をし、「日本一の技術でトラブルを解決」等と記載することにより、あたかも、各役務の業界において自社の技術力が第1位であるかのように示す表示をし、「対応実績 年間実績日本一！」等と記載することにより、あたかも、各役務の業界において自社の年間受注実績が第1位であるかのように示す表示をし、「お客様満足度、業界No. 1」、「お客様満足度は・・・93.0%!! 満足度No. 1 2014年度のお客様アンケート382名のうち、355名が満足とお答え」等と記載することにより、あたかも、各役務について自社が実施した顧客アンケートにおける「大満足」又は「満足」と回答した者の割合が93.0%であり、また、各役務の業界において自社の顧客満足度が第1位であるかのように示す表示をしていた。</p> <p>消費者庁が、同社に対し、当該表示の裏付けとなる合理的な根拠を示す資料の提出を求めたところ、同社は、一部の表示については当該資料を提出せず、そのほかの表示については当該期間内に表示に係る裏付けとする資料を提出したが、当該資料は、当該表示の裏付けとなる合理的な根拠を示すものであるとは認められないものであった。</p> <p>⑥ 3 役務について、「アナタの街にある電気屋さんの中でも 品質良いから 技術あるから No. 1のお客様満足度があります。」等と記載することにより、あたかも、各役務について、特定の地域において自社の顧客満足度が第1位であるかのように示す表示をし、1 役務について、「高い満足度を継続達成中！」等と記載することにより、あたかも、当該役務に係る自社の顧客満足度が継続して高水準を達成しているかのように示す表示をしていた。</p> <p>消費者庁が、同社に対し、当該表示の裏付けとなる合理的な根拠を示す資料の提出を求めたところ、同社は、当該資料を提出しなかった。</p> <p>⑦ 9 役務について、「最短15分で現場到着」、「どこよりも早く!!」等と記載することにより、あたかも、各役務について、同業他社と比較して作業員が最も早く現場に到着し、また、最短1</p>
--	--	--	--

			<p>5分での到着も期待できるかのように示す等の表示をしていた。</p> <p>消費者庁が、同社に対し、当該表示の裏付けとなる合理的な根拠を示す資料の提出を求めたところ、同社は、一部の表示については当該資料を提出せず、そのほかの表示については当該期間内に表示に係る裏付けとする資料を提出したが、当該資料は、当該表示の裏付けとなる合理的な根拠を示すものであるとは認められないものであった。</p> <p>⑧ 電気トラブル解決に係る3役務について、実際にはARSが運営しているにもかかわらず自社とは無関係の事業者が運営するものであるかのように装った「電気のトラブルお助け隊」と称する比較サイトにおいて、あたかも、当該サイト運営事業者が、全国から選定した15事業者のサービス内容を客観的に比較した結果、当該3役務が第1位から第3位と評価されたかのように示す表示をし、</p> <p>害虫トラブル解決に係る1役務について、実際にはARSが運営しているにもかかわらず自社とは無関係の事業者が運営するものであるかのように装った「害虫&害獣駆除業者比較ナビ」と称する比較サイトにおいて、あたかも、当該サイト運営事業者が、全国から選定した15事業者のサービス内容を客観的に比較した結果、当該役務が第1位と評価されたかのように示す表示をしていた。</p> <p>消費者庁が、同社に対し、当該表示の裏付けとなる合理的な根拠を示す資料の提出を求めたところ、同社は表示に係る裏付けとする資料を提出しなかった。</p> <p>課徴金額：4988万円</p> <p>※対象サービスの各表示内容等の詳細については、ホームページを御覧ください。 http://www.caa.go.jp/policies/policy/representation/fair_labeling/pdf/fair_labeling_180629_0001.pdf</p>
<p>H30.6.15 【措置命令】</p>	<p>消費者庁</p>	<p>株式会社ブレインハーツ</p>	<p>株式会社ブレインハーツは、</p> <p>①a 「グリーンシェイパー」と称する食品（以下「本件商品①」という。）を一般消費者に販売するに当たり、「roifleur」と称する自社ウェブサイト（以下「自社ウェブサイト①」という。）において、遅くとも平成29年5月19日から同年8月23日までの間、例えば、「グリーンシェイパーを毎日2粒摂取して14日間の使用で体重-12.8kg以上をお約束します」、「何もしなくても消費カロリーが1日1200kcal⇒2980kcal</p>

			<p>1と上昇し 2時間ごとに体脂肪率が1.8%ずつ減少していきます」、「(使用240時間～360時間) =====減量目安(-3～6kg) 最後のステップは体重の定着です 体が新たに脂肪をつけることができない状態になり 使用後も落とす体重がほぼ戻りません 本来、人間の体重は急激に落とすとリバウンドする特長を持っています これを防ぐためグリーンシェイパーは独自の痩身理論を実現 落とす体重を定着させます」等と記載することにより、あたかも、本件商品①を摂取するだけで、短期間で容易に著しい痩身効果が得られ、かつ、痩身後の体重を維持することができるかのように示す表示をしていた。</p> <p>b 「アストロンα」と称する食品（以下「本件商品②」という。）を一般消費者に販売するに当たり、「輝.com」と称する自社ウェブサイト（以下「自社ウェブサイト②」という。）において、平成29年4月8日から平成30年1月14日までの間、例えば、「■製品特性 ●7日間の連続使用で約1ヶ月、減量作用が続く新開発の『持続性減量カプセル』です。 ●配合された抗肥満成分が脂肪を消費しやすい体質をつくりだし、継続的な減量状態に入ります 7日飲めば1ヶ月続く↓↓↓アストロンαはカプセルの中に濃縮配合された抗肥満成分を7日間かけて一定量体に吸収させることで長期間の減量効果を生み出します 一度、減量が持続状態になると、何もしなくても体重が減り続けるようになります その効果は7日の使用で ・約1ヶ月間、持続的に体重、体脂肪減少 ・約1ヶ月間、持続的に中性脂肪、コレステロール減少 ・約1ヶ月間、持続的に排便回数増加」等と記載することにより、あたかも、本件商品②を7日間摂取するだけで、その後1か月間にわたり痩身作用が持続することにより、容易に著しい痩身効果が得られるかのように示す表示をしていた。</p> <p>c 「スリムイヴ」と称する食品（以下「本件商品③」という。）を一般消費者に販売するに当たり、自社ウェブサイト②において、遅くとも平成28年11月15日から平成29年10月18日までの間、例えば、「たった7日でも限界まで細くする 禁断の速効性痩身茶 1日1杯で【痩身サイクル】が飲み続ける限り続きます」等と記載することにより、あたかも、本件商品③を摂取するだけで、短期間で容易に著しい痩身効果が得られるかのように示す表示をしていた。</p> <p>d 「恋白美スキンソープ」と称する石けん（以下「本件商品④」という。）を一般消費者に</p>
--	--	--	--

販売するに当たり、自社ウェブサイト①において、遅くとも平成29年3月28日から同年10月18日までの間、例えば、「\洗うだけで簡単に/ 色白美肌へ ↓↓↓ ●大きなシミ ●深いシワ ●タルミ ●色黒肌 \こんな悩み完全に消え去ります/ 誰でも美肌になれるんです 話題沸騰中 あなたはもう知っていましたか? ▼」等と記載することにより、あたかも、本件商品④を使用するだけで、短期間で容易に、シミ、しわ及びたるみを解消又は軽減するとともに肌本来の色を白くすることができるかのように示す表示をしていた。

e 「Smart Leg」と称する下着（以下「本件商品⑤」という。）を一般消費者に販売するに当たり、自社ウェブサイト①において、遅くとも平成29年2月9日から同年10月18日までの間、例えば、「下半身の余計な肉を重力に逆らい足首・ふくらはぎ 太もも・お尻・お腹周りにかけて、下から上へリンパの流れを形成!! 更に上へ↑上へ↑と引き上げて・・・ ┌─── 結果 ──┐」、「下半身の肉《全て》がバストアップに移行します」、「短期集中脚痩せ」等と記載することにより、あたかも、本件商品⑤を着用するだけで、短期間で容易に著しい下半身の痩身効果が得られるとともに、下半身の余分な脂肪が胸部に移行することによる豊胸効果が得られるかのように示す表示をしていた。

消費者庁が、同社に対し、 aないし eの各表示の裏付けとなる合理的な根拠を示す資料の提出を求めたところ、同社は当該各資料を提出しなかった。

② a 本件商品①を一般消費者に販売するに当たり、自社ウェブサイト①において、遅くとも平成29年5月19日から同年8月23日までの間、「通常価格14,900円（税抜）⇒ 限定特価2,980円（税抜）」と記載することにより、あたかも、「通常価格」と称する価額は、本件商品①について通常販売している価格であり、実際の販売価格が当該通常販売している価格に比して安いかのように表示していた。

実際には、「通常価格」と称する価額は、同社が任意に設定したものであって、同社において販売された実績のないものであった。

b 本件商品②を一般消費者に販売するに当たり、自社ウェブサイト②において、平成29年4月8日から平成30年1月14日までの間、「メーカー希望小売価格27,000円 ↓ ↓ 【特別モニター限定価格】2,980円」と記載することにより、あたかも、本件商品②

			<p>にはメーカー希望小売価格が設定されており、実際の販売価格が当該メーカー希望小売価格に比して安いかのように表示していた。</p> <p>実際には、本件商品②にはメーカー希望小売価格は設定されていなかった。</p> <p>c 本件商品③を一般消費者に販売するに当たり、自社ウェブサイト②において、遅くとも平成28年11月15日から平成29年10月18日までの間、「通常価格14,800円(税別)↓↓↓↓モニター価格2,980円(税別)」と記載することにより、あたかも、「通常価格」と称する価額は、本件商品③について通常販売している価格であり、実際の販売価格が当該通常販売している価格に比して安いかのように表示していた。</p> <p>実際には、「通常価格」と称する価額は、同社が任意に設定したものであって、同社において販売された実績のないものであった。</p> <p>d 本件商品④を一般消費者に販売するに当たり、自社ウェブサイト①において、遅くとも平成29年3月28日から同年10月18日までの間、「9,800円 ▼▼▼ 特別価格2,980円(税抜)」と記載することにより、あたかも、9,800円は、本件商品④の通常の販売価格であり、実際の販売価格が当該通常の販売価格に比して安いかのように表示していた。</p> <p>実際には、9,800円は、同社が任意に設定したものであって、同社において販売された実績のないものであった。</p> <p>e 本件商品⑤を一般消費者に販売するに当たり、自社ウェブサイト①において、遅くとも平成29年2月9日から同年10月18日までの間、「参考小売価格14,900円 → 2,980円」と記載することにより、あたかも、「参考小売価格」と称する価額は、本件商品⑤の製造事業者等により本件商品⑤を取り扱う小売事業者の小売価格設定の参考となるものとして設定され、当該小売事業者に広く呈示されている価格であり、実際の販売価格が当該価格に比して安いかのように表示していた。</p> <p>実際には、「参考小売価格」と称する価額は、本件商品⑤を取り扱う小売事業者の小売価格設定の参考となるものとして設定され、当該小売事業者に広く呈示されているものではなかった。</p> <p>なお、同社は自社ウェブサイトにおいて前記①及び②の表示を行っていたほか、本件商品①、</p>
--	--	--	---

			<p>本件商品③、本件商品④及び本件商品⑤については、広告代理店を通じて、アフィリエイトサイトの運営者に対し、これらの商品に係る自社ウェブサイトを表示するなどして、当該自社ウェブサイトの記載内容を踏まえたこれらの商品に係る口コミ、ブログ記事等を作成させ、当該自社ウェブサイトへのハイパーリンクと共に当該アフィリエイトサイトに掲載させていた。</p> <p>http://www.caa.go.jp/policies/policy/representation/fair_labeling/pdf/fair_labeling_180615_0003.pdf</p>
<p>H30.6.15 【課徴金納付命令】</p>	<p>消費者庁</p>	<p>株式会社ブレインハーツ</p>	<p>株式会社ブレインハーツは、</p> <p>① a 「グリーンシェイパー」と称する食品（以下「本件商品①」という。）を一般消費者に販売するに当たり、「roifleur」と称する自社ウェブサイト（以下「自社ウェブサイト①」という。）において、平成29年5月19日から同年8月23日までの間、例えば、「グリーンシェイパーを毎日2粒摂取して14日間の使用で体重-12.8kg以上をお約束します」、「何もしなくても消費カロリーが1日1200kcal⇒2980kcalと上昇し 2時間ごとに体脂肪率が1.8%ずつ減少していきます」、「(使用240時間～360時間) =====減量目安(-3～6kg) 最後のステップは体重の定着です 体が新たに脂肪をつけることができない状態になり 使用後も落とした体重がほぼ戻りません 本来、人間の体重は急激に落とすとリバウンドする特長を持っています これを防ぐためグリーンシェイパーは独自の痩身理論を実現 落とした体重を定着させます」等と記載することにより、あたかも、本件商品①を摂取するだけで、短期間で容易に著しい痩身効果が得られ、かつ、痩身後の体重を維持することができるかのように示す表示をしていた。</p> <p>b 「スリムイヴ」と称する食品（以下「本件商品②」という。）を一般消費者に販売するに当たり、「輝.com」と称する自社ウェブサイト（以下「自社ウェブサイト②」という。）において、平成28年11月15日から平成29年10月18日までの間、例えば、「たった7日でも限界まで細くする 禁断の速効性痩身茶 1日1杯で【痩身サイクル】が飲み続ける限り続きます」等と記載することにより、あたかも、本件商品②を摂取するだけで、短期間で容易に著しい痩身効果が得られるかのように示す表示をしていた。</p> <p>c 「恋白美スキンソープ」と称する石けん（以下「本件商品③」という。）を一般消費者に</p>

			<p>販売するに当たり、自社ウェブサイト①において、平成29年3月28日から同年10月18日までの間、例えば、「\洗うだけで簡単に/ 色白美肌へ ↓↓↓ ●大きなシミ ●深いシワ ●タルミ ●色黒肌 \こんな悩み完全に消え去ります/ 誰でも美肌になれるんです 話題沸騰中 あなたはもう知っていましたか? ▼」等と記載することにより、あたかも、本件商品③を使用するだけで、短期間で容易に、シミ、しわ及びたるみを解消又は軽減するとともに肌本来の色を白くすることができるかのように示す表示をしていた。</p> <p>d 「Smart Leg」と称する下着（以下「本件商品④」という。）を一般消費者に販売するに当たり、自社ウェブサイト①において、平成29年2月9日から同年10月18日までの間、例えば、「下半身の余計な肉を重力に逆らい足首・ふくらはぎ 太もも・お尻・お腹周りにかけて、下から上へリンパの流れを形成!! 更に上へ↑上へ↑と引き上げて・・・「——— 結果 ———」」、「下半身の肉《全て》がバストアップに移行します」、「短期集中脚痩せ」等と記載することにより、あたかも、本件商品④を着用するだけで、短期間で容易に著しい下半身の痩身効果が得られるとともに、下半身の余分な脂肪が胸部に移行することによる豊胸効果が得られるかのように示す表示をしていた。</p> <p>消費者庁が、同社に対し、aないしdの各表示の裏付けとなる合理的な根拠を示す資料の提出を求めたところ、同社は当該各資料を提出しなかった。</p> <p>②a 本件商品①を一般消費者に販売するに当たり、自社ウェブサイト①において、平成29年5月19日から同年8月23日までの間、「通常価格14,900円(税抜)⇒限定特価2,980円(税抜)」と記載することにより、あたかも、「通常価格」と称する価額は、本件商品①について通常販売している価格であり、実際の販売価格が当該通常販売している価格に比して安いかのように表示していた。</p> <p>実際には、「通常価格」と称する価額は、同社が任意に設定したものであって、同社において販売された実績のないものであった。</p> <p>b 本件商品②を一般消費者に販売するに当たり、自社ウェブサイト②において、平成28年11月15日から平成29年10月18日までの間、「通常価格14,800円(税別)↓↓↓モニター価格2,980円(税別)」と記載することにより、あたかも、「通常価格」</p>
--	--	--	--

			<p>と称する価額は、本件商品②について通常販売している価格であり、実際の販売価格が当該通常販売している価格に比して安いかのように表示していた。</p> <p>実際には、「通常価格」と称する価額は、同社が任意に設定したものであって、同社において販売された実績のないものであった。</p> <p>c 本件商品③を一般消費者に販売するに当たり、自社ウェブサイト①において、平成29年3月28日から同年10月18日までの間、「9,800円 ▼▼▼ 特別価格2,980円（税抜）」と記載することにより、あたかも、9,800円は、本件商品③の通常の販売価格であり、実際の販売価格が当該通常の販売価格に比して安いかのように表示していた。</p> <p>実際には、9,800円は、同社が任意に設定したものであって、同社において販売された実績のないものであった。</p> <p>d 本件商品④を一般消費者に販売するに当たり、自社ウェブサイト①において、平成29年2月9日から同年10月18日までの間、「参考小売価格14,900円 →2,980円」と記載することにより、あたかも、「参考小売価格」と称する価額は、本件商品④の製造事業者等により本件商品④を取り扱う小売事業者の小売価格設定の参考となるものとして設定され、当該小売事業者に広く呈示されている価格であり、実際の販売価格が当該価格に比して安いかのように表示していた。</p> <p>実際には、「参考小売価格」と称する価額は、本件商品④を取り扱う小売事業者の小売価格設定の参考となるものとして設定され、当該小売事業者に広く呈示されているものではなかった。</p> <p>課徴金額：2229万円</p> <p>http://www.caa.go.jp/policies/policy/representation/fair_labeling/pdf/fair_labeling_180615_0003.pdf</p>
<p>H30.6.13 【措置命令】</p>	<p>消費者庁</p>	<p>キリンシティ株式会社</p>	<p>キリンシティ株式会社は、25種類の料理（以下「本件25料理」という。）の各料理を一般消費者に提供するに当たり、例えば、「赤・黒ハーフ&ハーフ（大盛りを含む。）」と称する料理について、平成27年1月13日から平成28年6月7日までの間、ランチメニューにおいて、「コク深い味わいの黒。」「新一番搾りスタウト（黒生）を使用し、さらにコク深く、スパシーな味わいに生まれ変わった黒ビールカリー。」及び「赤・黒ハーフ&ハーフ ¥870（大盛り¥970）」</p>

			<p>と記載するなど、あたかも、本件25料理に黒ビールを使用しているかのように示す表示をしていた。</p> <p>実際には、本件25料理の各料理について、黒ビールを使用していなかった。</p> <p>http://www.caa.go.jp/policies/policy/representation/fair_labeling/pdf/fair_labeling_180613_0001.pdf</p>
H30.5.30 【措置命令】	消費者庁	株式会社TSUTAYA	<p>株式会社TSUTAYAは、</p> <p>① 「TSUTAYA TV」と称する動画配信サービスのうち「動画見放題プラン」、動画見放題プランを含む「動画見放題&定額レンタル8」、「TSUTAYA 光」及び「TSUTAYA プレミアム」の4つのサービス（以下「本件4サービス」という。）を一般消費者に提供するに当たり、遅くとも平成28年4月1日から平成30年5月15日までの間、自社ウェブサイト、テレビコマーシャル及びYouTubeの自社公式チャンネルにおいて、</p> <p>ア 動画見放題プランについて、「動画見放題 月額933円（税抜） 30日間無料お試し」と記載し、その背景に30本の動画の画像を掲載し、「人気ランキング」及び「近日リリース」として、それぞれ10本の動画の画像を掲載することにより、</p> <p>イ 動画見放題&定額レンタル8について、「人気の動画が見放題！ CDやDVDが借り放題！」と記載し、「サービスプランについて TSUTAYAの全作品をご自宅で自由に楽しめる、3つのプランをご用意しました。」、「オンライン動画配信サービス 月額933円。TSUTAYAのほぼ全ての動画をオンラインで見ることができるサービスです。」、「取扱いタイトル数 業界最大級85,000本以上」、「TSUTAYAのほぼ全作品を自宅で楽しめる！」等と記載することにより、</p> <p>ウ TSUTAYA 光について、「毎月タダで映画が観られる光。TSUTAYA 光」と記載し、「毎月無料で映画やドラマが見放題!」、「特長1 映画が毎月無料!」、「動画配信プランが毎月見放題」等と記載することにより、</p> <p>エ TSUTAYA プレミアムについて、「旧作DVD借りたい放題」、「動画配信も」、「見たい放題」等の文字及び音声を送信等することにより、</p> <p>あたかも、本件4サービスを契約すれば、TSUTAYA TVにおいて配信する動画が見放題となるかのように示す表示をしていた。</p>

			<p>実際には、本件４サービスの動画見放題プランの対象動画は、TSUTAYA TVにおいて配信する動画の１２パーセントないし２７パーセント程度であって、特に、「新作」及び「準新作」と称するリリースカテゴリの動画については、TSUTAYA TVにおいて配信する動画に占める動画見放題プランの対象動画の割合が１パーセントないし９パーセント程度であり、本件４サービスを契約すれば、TSUTAYA TVにおいて配信する動画が見放題となるものではなかった。</p> <p>② 「TSUTAYA 光」と称する光回線インターネット接続サービスのうち「さんねん割」と称する３年間を契約期間とすることにより３年間にわたり毎月月額料金を割引するプラン（以下「本件役務」という。）を一般消費者に提供するに当たり、平成２７年２月１２日頃から平成２９年１１月１１日頃までの間、自社ウェブサイトにおいて、例えば、「今なら『さんねん割』でずーっとお得！」と記載し、「価格」として、「■戸建て」、「プラン ギガ」、「定価 ５, ２００円」、「さんねん割 - ７００円」、「販売価格 ４, ５００円」等と記載するとともに、「『さんねん割』キャンペーン」として、「３年契約で料金がずーっとお得!」、「割引価格 戸建てタイプ： ７００円／月 マンションタイプ： ３００円／月」、「キャンペーン受付期間 ２０１５年２月１２日～２０１７年３月３１日」と記載するなど、あたかもキャンペーン受付期限までに本件役務の提供を申し込んだ場合に限り、３年間にわたり、毎月、「戸建て」と称するタイプ（以下「戸建てタイプ」という。）にあつては月額 ７００円、「マンション」と称するタイプ（以下「マンションタイプ」という。）にあつては月額 ３００円の割引が適用されるかのように表示していた。</p> <p>実際には、キャンペーン受付期限後に本件役務の提供を申し込んだ場合にも、３年間にわたり、毎月、戸建てタイプにあつては月額 ７００円、マンションタイプにあつては月額 ３００円の割引が適用されるものであった。</p> <p>http://www.caa.go.jp/policies/policy/representation/fair_labeling/pdf/fair_labeling_180530_0001.pdf</p>
H30. 5. 22 【措置命令】	消費者庁	株式会社エー・ピーカンパニー	<p>株式会社エー・ピーカンパニーは、</p> <p>① 「宮崎県日南市塚田農場」及び「宮崎県日向市塚田農場」と称する店舗において、「チキン南蛮」、「月見つくね」及び「塩つくね」と称する料理（以下「本件料理①」という。）を一般</p>

			<p>消費者に提供するに当たり、平成29年4月17日から同年8月22日までの間、メニューの表紙において「地鶏一筋」と記載された印影を掲載するなど、あたかも、本件料理①には地鶏を使用しているかのように示す表示をしていた。</p> <p>実際には「チキン南蛮」と称する料理にはブロイラーを、「月見つくね」及び「塩つくね」と称する料理にはほとんどブロイラーを、それぞれ使用していた。</p> <p>② 「鹿児島県霧島市塚田農場」と称する店舗において、「チキン南蛮」、「月見つくね」及び「塩つくね」と称する料理（以下「本件料理②」という。）を一般消費者に提供するに当たり、平成29年4月17日から同年8月22日までの間、メニューの表紙において「地鶏一筋」と記載された印影を掲載するなど、あたかも、本件料理②には地鶏を使用しているかのように示す表示をしていた。</p> <p>実際には「チキン南蛮」と称する料理にはブロイラーを、「月見つくね」及び「塩つくね」と称する料理にはほとんどブロイラーを、それぞれ使用していた。</p> <p>③ 「宮崎県日南市じとっこ組合」、「宮崎県日向市じとっこ組合」及び「～宮崎日南 幻の地鶏焼～ じとっこ」と称する店舗において、「チキン南蛮」及び「椎茸つくね南蛮」と称する料理（以下「本件料理③」という。）を一般消費者に提供するに当たり、平成28年9月1日から平成29年9月3日までの間、メニューにおいて「じとっこ組合」、「安全安心で美味しい『みやざき地頭鶏』を毎日皆様の元へ、お届けするために。」等と記載した上で「みやざき地頭鶏」と称する地鶏が雛センター等で育成されてから本件店舗で料理として提供されるまでの流通過程を示した図、「じとっこ組合 加盟養鶏農家」と題した「みやざき地頭鶏」と称する地鶏の養鶏農家の一覧等を掲載するなど、あたかも、本件料理③には地鶏を使用しているかのように示す表示をしていた。</p> <p>実際には、本件料理③について、「チキン南蛮」と称する料理にはブロイラーを、「椎茸つくね南蛮」と称する料理には地鶏ではない親鶏等を、それぞれ使用していた。</p> <p>http://www.caa.go.jp/policies/policy/representation/fair_labeling/pdf/fair_labeling_180522_0001.pdf</p>
H30.5.15 【措置命令】	消費者庁	農事組合法人石垣島海のもの山	農事組合法人石垣島海のもの山のもの生産組合は、ヒバーチ4食品（以下「本件商品」という。）の各商品を一般消費者に販売するに当たり、例えば、「ヒバーチ20g」と称する商品について、

		のものの生産組合	<p>遅くとも平成25年11月15日から平成29年11月9日までの間、自らが運営するウェブサイトにおいて、「石垣島海のもの山のものは、青果や商品を通じて石垣島の食材や食文化を全国へお届けしています。」「甘い香りの島胡椒」、「八重山、世界でも希少種の甘い香りの島胡椒。（八重山を代表するスパイス）」と記載するなど、本件商品について、それぞれ、あたかも、本件商品の原材料は、それぞれ、石垣島産のものであるかのように示す表示をしていた。</p> <p>実際には、本件商品の原材料は、それぞれ、大部分が外国産のものであった。</p> <p>http://www.caa.go.jp/policies/policy/representation/fair_labeling/pdf/fair_labeling_180515_0001.pdf</p>
H30.4.25 【措置命令】	消費者庁	株式会社良品計画	<p>株式会社良品計画は、ソファカバー159商品（以下「本件商品」という。）の各商品を一般消費者に販売するに当たり、例えば、「綿ポリエステル変り織ハイバックリクライニングソファ・1シーター用カバー／ベージュ」との商品名及び「ハイバック1S用」との規格名のソファカバーについて、平成27年6月18日から平成30年1月4日までの間、商品タグにおいて、「太さの違う糸を使ってざっくりと織り上げた生地に、撥水加工を施しました。」と記載するなど、あたかも、本件商品の各商品は撥水加工が施されているものであるかのように示す表示をしていた。</p> <p>実際には、本件商品の各商品は、撥水加工が施されていないものであった。</p> <p>http://www.caa.go.jp/policies/policy/representation/fair_labeling/pdf/fair_labeling_180425_0001.pdf</p>
H30.4.19 【措置命令】	大阪府	イオンリテール株式会社	<p>イオンリテール株式会社は、食品4商品（以下「本件商品」という。）を一般消費者に販売するに当たり、例えば、平成29年8月20日に大阪府吹田市内に配布された日刊新聞紙に折り込んだイオン吹田店において同日に実施した特売企画に係るチラシにおいて、「8/20㊦限り」、「毎週恒例日曜大市」、「日曜朝トク」、「あさ9時からのタイムサービス！！」と記載するとともに、本件商品の画像の周囲に「ひる12時までのご奉仕品」、「お1人さま1点限り」、「本体価格198円」と記載するなど、あたかも、セール実施年月日又はセール実施年月日の一部時間帯（以下「セール期間」という。）に限り、本件商品がセール期間の前の販売価格に比して安いかのように表示していた。</p> <p>実際には、セール期間に限り本件商品を特別に廉価で販売していたものではなかった。</p>

			http://www.pref.osaka.lg.jp/hodo/index.php?site=fumin&pageId=30557
H30.3.29 【措置命令】	消費者庁	株式会社UPQ	<p>株式会社UPQは、「Q-display 4K50」と称する液晶ディスプレイ等液晶ディスプレイ3商品（以下「本件3商品」という。）を一般消費者に販売するに当たり、自社ウェブサイトにおいて、例えば、「Q-display 4K50」と称する液晶ディスプレイについて、平成27年8月6日から平成28年2月24日までの間、「4K/60p、120Hz駆動 HDCP2.2対応の50インチ 4Kディスプレイ」及び「国内最安値級の50インチ4K/120Hzディスプレイ。」と記載するなど、本件3商品の各商品について、それぞれ、あたかも、本件3商品の各商品が、1秒間に60フレームで構成される映像を1秒間に120フレームで構成される映像にして映し出す機能を具備しているかのように示す表示をしていた。</p> <p>実際には、本件3商品の各商品は、1秒間に60フレームで構成される映像を1秒間に120フレームで構成される映像にして映し出す機能を具備していなかった。</p> <p>http://www.caa.go.jp/policies/policy/representation/fair_labeling/pdf/fair_labeling_180329_0001.pdf</p>
H30.3.29 【措置命令】	消費者庁	株式会社DMM.com	<p>株式会社DMM.comは、「DMM.make 50インチ 4Kディスプレイ」と称する液晶ディスプレイ及び「DMM.make 65インチ 4Kディスプレイ」と称する液晶ディスプレイ（以下これらを併せて「本件2商品」という。）を一般消費者に販売するに当たり、自社ウェブサイトにおいて、本件2商品について、それぞれ、「DMM.make 50インチ 4Kディスプレイ」と称する液晶ディスプレイにあっては平成28年11月15日から平成29年4月12日までの間、「DMM.make 65インチ 4Kディスプレイ」と称する液晶ディスプレイにあっては平成28年11月25日から平成29年4月12日までの間、「4K/60p、120Hz駆動、HDCP2.2対応の50/65インチ 4Kディスプレイをお求めやすい価格でご提供。」「4K/60p入力に対応 さらに120Hz倍速駆動で、4K映像をなめらかに！」及び「1秒間に60フレームの4K映像を表示する4K/60pに対応。さらに120Hz駆動でフレームを補完し、よりなめらかな映像を映し出します。」と記載するとともに、「4K/60p（1秒間に60フレーム）」「前後から予測して新しい映像を生成」「120Hz倍速駆動（1秒間に120フレーム）」及び「滑らかな映像表示」と付記された3枚の画像のそれぞれの間に新たな画</p>

			<p>像が差し込まれ合計5枚の画像となることを示す図を掲載することにより、あたかも、本件2商品の各商品が、前後のフレームから中間的なフレームを新たに生成し、映像を補完する倍速駆動と称する技術により、1秒間に60フレームで構成される映像を1秒間に120フレームで構成される、より滑らかな映像にして映し出す機能を具備しているかのように示す表示をしていた。</p> <p>実際には、本件2商品の各商品は、1秒間に60フレームで構成される映像を1秒間に120フレームで構成される映像にして映し出す機能を具備していなかった。</p> <p>http://www.caa.go.jp/policies/policy/representation/fair_labeling/pdf/fair_labeling_180329_0001.pdf</p>
<p>H30.3.28 【課徴金納付命令】</p>	<p>消費者庁</p>	<p>株式会社日本教育クリエイト</p>	<p>株式会社日本教育クリエイトは、「三幸福祉カレッジ」の名称で</p> <p>① 「介護職員初任者研修」と称する役務（平成28年4月1日から同年11月30日までの間に受講の申込みが行われたものに限る。以下「本件介護職員初任者研修」という。）を一般消費者に提供するに当たり、平成28年4月1日から同年11月11日までの間、自社ウェブサイトにおいて、例えば、「通常受講料120,000円▼最大受講料半額以上もお得！59,500円～（教材費込・税別）」と記載するなど、実際の受講料に当該価格を上回る「通常受講料」と称する価額を併記することにより、あたかも、「通常受講料」と称する価額は、日本教育クリエイトが本件介護職員初任者研修について通常提供している価格であり、実際の受講料が当該通常提供している価格に比して安いかのように表示していた。</p> <p>実際には、「通常受講料」と称する価額は、日本教育クリエイトにおいて、最近相当期間にわたって提供された実績のないものであった。</p> <p>② 「実務者研修」と称する役務（「ホームヘルパー2級」と称する研修を修了した者又は「介護職員初任者研修」と称する研修を修了した者に対し提供されるものであって、平成28年4月1日から同年11月30日までの間に受講の申込みが行われたものに限る。以下「本件実務者研修」という。）を一般消費者に提供するに当たり、平成28年4月1日から同年11月11日までの間、自社ウェブサイトにおいて、例えば、「\受講料が約40,000円割引／通常受講料（初任者研修修了者）127,000円（税別・テキスト代込み）▶90,000円（税別・テキスト代込み）」と記載するなど、実際の受講料に当該価格を上回る「通常受講料」と称する価額を併記することにより、あたかも、「通常受講料」と称する価額は、日本教育クリエイトが本件実</p>

			<p>務者研修について通常提供している価格であり、実際の受講料が当該通常提供している価格に比して安いかのように表示していた。</p> <p>実際には、「通常受講料」と称する価額は、日本教育クリエイトにおいて、最近相当期間にわたって提供された実績のないものであった。</p> <p>③「介護職員初任者研修」と称する役務及び「実務者研修」と称する役務を一体的に供給する「セット講座」と称する役務（平成28年4月1日から同年11月30日までの間に受講の申込みが行われたものに限る。以下「本件セット講座」という。）を一般消費者に提供するに当たり、平成28年4月1日から同年11月11日までの間、自社ウェブサイトにおいて、例えば、「（通常：初任者研修120,000円+実務者研修127,000円=定価247,000円）キャンペーン受講料144,500円～（テキスト代込・税別）」、「最大10万円以上もお得！！」と記載するなど、実際の受講料に当該価格を上回る「定価」と称する価額を併記することにより、あたかも、「定価」と称する価額は、日本教育クリエイトが本件セット講座について通常提供している価格であり、実際の受講料が当該通常提供している価格に比して安いかのように表示していた。</p> <p>実際には、「定価」と称する価額は、日本教育クリエイトにおいて、最近相当期間にわたって提供された実績のないものであった。</p> <p>課徴金額：4936万円</p> <p>http://www.caa.go.jp/policies/policy/representation/fair_labeling/pdf/fair_labeling_180328_0002.pdf</p>
<p>H30.3.28 【課徴金納付命令】</p>	<p>消費者庁</p>	<p>株式会社日本教育クリエイト</p>	<p>株式会社日本教育クリエイトは、「日本医療事務協会」の名称で「医療事務通学講座」と称する役務（九州地区及び山口県の区域において提供するものを除き、平成28年4月1日（沖縄県の区域において提供するものにあつては同年9月1日）から同年11月30日までの間に受講の申込みが行われたものに限る。以下「本件役務」という。）を一般消費者に提供するに当たり、平成28年4月1日から同年11月11日までの間、同社が運営する「日本医療事務協会」と称する自社ウェブサイトにおいて、例えば、「通常価格55,000円▶42,700円（教材費込・税別）」と記載するなど、実際の受講料に当該価格を上回る「通常価格」と称する価額を併記することにより、あたかも、「通常価格」と称する価額は、日本教育クリエイトが本件役務について通常提供してい</p>

			<p>る価格であり、実際を受講料が当該通常提供している価格に比して安いかのように表示していた。</p> <p>実際には、「通常価格」と称する価額は、日本教育クリエイトにおいて、最近相当期間にわたって提供された実績のないものであった。</p> <p>課徴金額：169万円</p> <p>http://www.caa.go.jp/policies/policy/representation/fair_labeling/pdf/fair_labeling_180328_0002.pdf</p>
H30.3.28 【課徴金納付命令】	消費者庁	ガンホー・オンライン・エンターテイメント株式会社	<p>ガンホー・オンライン・エンターテイメント株式会社は、「パズル&ドラゴンズ」と称するオンラインゲーム内において実施した、「モンスター」と称するアイテムのいずれかを提供する「特別レアガチャ『魔法石10個！フェス限ヒロインガチャ』」と称する役務について、インターネット上で配信する公式番組において、あたかも、全てのモンスターが「究極進化」と称する仕様の対象となるかのように表示していた。</p> <p>実際には、当該ガチャによって提供されるモンスター13体のうち2体だけを「究極進化」と称する仕様の対象とし、11体は「究極進化」ではなく「進化」と称する仕様の対象としていた。</p> <p>課徴金額：5020万円</p> <p>http://www.caa.go.jp/policies/policy/representation/fair_labeling/pdf/fair_labeling_180328_0001.pdf</p>
H30.3.27 【措置命令】	消費者庁	生活協同組合連合会グリーンコープ連合	<p>生活協同組合連合会グリーンコープ連合は、14種類のウイナーソーセージ（以下「本件商品」という。）を、会員生協を通じて会員生協の組合員である一般消費者に販売するに当たり、平成28年6月13日から平成29年3月18日までの間、「GREEN」と称するカタログ（以下「GREEN」という。）において、例えば、平成28年6月13日から同月18日までの間に配布されたGREENにおいて、「ハム・ソーセージも 原料は産直豚100%！ 添加物に頼らず、素材の良さをいかしています。保存料・着色料・添加物・化学調味料など不使用。」及び「今週のお・す・す・め！ グリーンコープのハム・ソーセージには化学的な合成添加物は一切使っていません。」と記載するなど、配布されたGREENにおいて、あたかも、本件商品は、化学的な合成添加物を一切使用せずに製造されたものであるかのように示す表示をしていた。</p> <p>実際には、本件商品に使用された羊腸は、化学的な合成添加物であるリン酸三ナトリウム溶液に</p>

			<p>漬けて加工されたものであった。</p> <p>http://www.caa.go.jp/policies/policy/representation/fair_labeling/pdf/fair_labeling_180327_0001.pdf</p>
H30.3.26 【措置命令】	東京都	株式会社ギミックパターン	<p>ギミックパターンは、下着などの衣類4商品及び石けん（以下これらを併せて「本件5商品」という。）を一般消費者に販売するに当たり、最長で平成28年9月1日から平成29年12月20日までの間、自社ウェブサイトにおいて、</p> <p>① あたかも、本件5商品を着用又は使用するだけで、容易に「脚が細くなる」、「豊胸」、「痩身」などの効果が得られるかのように示す表示をしていたが、東京都は、ギミックパターンに対し、期間を定めて、当該表示の裏付けとなる合理的な根拠の資料の提出を求めたところ、ギミックパターンは、当該期間内に当該資料を提出しなかった。</p> <p>② あたかも、「通常価格」と称する価額は、自社ウェブサイトにおける通常の販売価格であり、実際の販売価格が当該価格に比して安いかのように表示していたが、実際には、「通常価格」と称する価額はギミックパターンが任意に設定した価額であって、販売された実績のないものであった。</p> <p>https://www.shouhiseikatu.metro.tokyo.jp/torihiki/hyoji/keihyo/20180326.html</p>
H30.3.23 【課徴金納付命令】	消費者庁	プラスワン・マーケティング株式会社	<p>プラスワン・マーケティング株式会社は、「FREETEL SIM」と称する移動体通信役務（スマートフォン端末と一体的に供給する場合は、当該スマートフォン端末を含む。以下「本件役務」という。）を一般消費者に供給するに当たり、自社ウェブサイトにおいて、</p> <p>① 平成28年11月30日から同年12月22日までの間、例えば、同年11月30日から同年12月13日までの間にあっては、「『業界最速』の通信速度」と記載するとともに、「<input checked="" type="checkbox"/> FREETEL SIMなら速度が出にくい都内平日12時台でもこんなに速い！」等と付記された「I社 SIM」、「O社 SIM」、「フリーテル」又は「NTT docomo」とする移動体通信役務に係る通信速度の特定の日時及び場所における測定結果が、それぞれ、0.3Mbps強程度、0.2Mbps程度、5.8Mbps強程度又は6.1Mbps弱程度であったことを示すグラフを掲載すること等により、あたかも、本件役務に係る通信速度が、仮想移動体通信事業者等の低廉な料金設定により移動体通信役務を提供する事業者（以下「格安SIM事業者」と</p>

			<p>いう。)の中で、恒常的に最も速いものであるかのように、また、特定の日時及び場所における通信速度の測定結果において、他の格安SIM事業者が提供する移動体通信役務に係る通信速度よりも著しく速く、かつ、株式会社NTTドコモが提供する移動体通信役務に係る通信速度に匹敵するものであるかのように示す表示をしていた。</p> <p>② 平成28年11月30日から同年12月13日までの間、「SIM販売シェアNo. 1」及び「シェアNo. 1!」と記載することにより、あたかも、移動体通信役務の提供を受けるために必要なSIMカードの販売数量に係る自社のシェアが格安SIM事業者の中で第1位であるかのように示す表示をしていた。</p> <p>③ 平成28年11月30日から同年12月13日までの間、例えば、「LINEのデータ通信料無料!」と記載するとともに、「AppStore」、「LINE」、「WeChat」、「WhatsApp」及び「Pokemon GO」の文字並びにこれらの文字が示すアプリケーションのアイコン画像を付記しつつ「FREETELなら各種SNS利用時のデータ通信料が無料!!」等と記載することにより、あたかも、これらのアプリケーションの利用時に生じるデータ通信量が通信利用容量の対象外となるかのように表示していた。</p> <p>①及び②については、消費者庁が、同社に対し、当該表示の裏付けとなる合理的な根拠を示す資料の提出を求めたところ、同社は、当該期間内に表示に係る裏付けとする資料を提出したが、当該資料は、当該表示の裏付けとなる合理的な根拠を示すものであるとは認められないものであった。</p> <p>③については、実際には、当該データ通信量の一部は通信利用容量の対象となるものであった。</p> <p>課徴金額：8824万円</p> <p>http://www.caa.go.jp/policies/policy/representation/fair_labeling/pdf/fair_labeling_180323_0003.pdf</p>
<p>H30.3.23 【課徴金納付命令】</p>	<p>消費者庁</p>	<p>株式会社エネルギー・コミュニケーションズ</p>	<p>株式会社エネルギー・コミュニケーションズは、自らが供給する「メガ・エッグ 光ネット [ホーム]」又は「メガ・エッグ for BB 東広島 [ホーム]」と称する戸建住宅向け光回線インターネット接続サービスに「ギガ王」と称する複数年にまたがる契約に伴う割引を適用した役務（以下「メガ・エッグ光ネットホーム」という。）の取引について、自社ウェブサイトにおいて、例えば、平成28年4月1日から同年5月20日までの間、「期間限定 今カラ割+今カラ割プラス 今がチャンス キャンペーン期間：2016年2月1（月）～5月20日（金） 月々最大800円割引 ギ</p>

			<p>ガ王 3年契約（ファミリーコース）の場合」等と記載することにより、あたかも、当該期間内において新規にメガ・エッグ光ネットホームの提供を申し込んだ場合に限り、2年間にわたり毎月最大で800円の割引が適用されるかのような表示を行っていた。</p> <p>実際には、平成27年2月1日から平成28年9月30日までの期間において、新規にメガ・エッグ光ネットホームの提供を申し込んだ場合に、2年間にわたり毎月最大で800円の割引を実施していた。</p> <p>課徴金額：530万円</p> <p>http://www.caa.go.jp/policies/policy/representation/fair_labeling/pdf/fair_labeling_180323_0002.pdf</p>
H30.3.23 【課徴金納付命令】	消費者庁	株式会社ミーロード	<p>株式会社ミーロードは、「B-UP」と称する食品（以下「本件商品」という。）を一般消費者に販売するに当たり、平成28年4月1日から同年12月8日までの間、自社ウェブサイトにおいて、「バストUPとスリムUPを同時にかなえるスタイルUPサブリの決定版！」等と記載するとともに、「今までの『プエラリア』では満足できなかったアナタへ・・・」と題し、バストの下部に手を添えたポーズの女性の画像と共に、「魅惑的なメリハリBodyに・・・」と、余裕のあるぶかぶかの短パンをはきお腹周りを指差している女性の画像と共に、「キュッ!」、「見てください!こんなブカブカに!」と、「Gカップでも 57.8kg→47kg -10.8kg」、「女子力UPに胸ふくらむ!!」と記載すること等により、あたかも、本件商品を摂取するだけで、豊胸効果が得られるとともに痩身効果が得られるかのように示す表示をしていた。</p> <p>消費者庁が、同社に対し、当該表示の裏付けとなる合理的な根拠を示す資料の提出を求めたところ、同社は、表示に係る裏付けとする資料を提出したが、当該資料は、当該表示の裏付けとなる合理的な根拠を示すものであるとは認められないものであった。</p> <p>課徴金額：2430万円</p> <p>http://www.caa.go.jp/policies/policy/representation/fair_labeling/pdf/fair_labeling_180323_0001.pdf</p>
H30.3.22 【措置命令】	消費者庁	マカフィー株式会社	<p>マカフィー株式会社は、「マカフィーリブセーフ1年版」、「マカフィーリブセーフ3年版」、「マカフィートータルプロテクション1年版」、「マカフィートータルプロテクション3年版」、「マカ</p>

			<p>フィーインターネットセキュリティ1年版」及び「マカフィーインターネットセキュリティ3年版」とそれぞれ称するセキュリティソフトウェアの使用許諾（いずれも2017年版。以下「本件6役務」という。）を一般消費者に提供するに当たり、自社ウェブサイトにおいて、例えば、「マカフィーリブセーフ1年版」と称するセキュリティソフトウェアの使用許諾について、平成28年10月14日から同年12月5日までの間、「実施期間2016/12/5まで」、「標準価格8,208円(税込)」、「今なら2,462円お得!」、「30%OFF」及び「特別価格5,746円(税込)」と記載するなど、あたかも、「標準価格」と称する価額は、「マカフィーリブセーフ1年版」と称するセキュリティソフトウェアの使用許諾について通常提供している価格であり、かつ、記載した期限までに当該役務の提供を申し込んだ場合に限り、「特別価格」と称する価額で当該役務の提供を受けることができるかのように表示していた。</p> <p>実際には、本件6役務全てについて、「標準価格」と称する価額は、本件6役務の提供開始日である平成28年10月14日から提供終了日である平成29年11月21日までの間、提供された実績のないものであり、かつ、同期間において、「特別価格」と称する価額で提供を受けることができるものであった。</p> <p>http://www.caa.go.jp/policies/policy/representation/fair_labeling/pdf/fair_labeling_180322_0001.pdf</p>
<p>H30.3.16 【措置命令】</p>	<p>消費者庁</p>	<p>ジュピター ショッピング チャンネル株式 会社</p>	<p>ジュピターショッピングチャンネル株式会社（以下「ジュピターショッピングチャンネル」という。）は、</p> <p>① 「三菱電機 1台4役! かんたん録画テレビ“リアル” <32V型>」及び同「40V型」（以下「本件40型テレビ」という。）と称するテレビ（以下、併せて「本件テレビ」という。）並びに「甘くてぷりっぷり! 特大ずわいがに一番脚肉むき身&かに爪<計1.1kg>」と称するずわいがに（以下「本件ずわいがに」といい、以下、本件テレビと併せて「本件3商品」という。）を一般消費者に販売するに当たり、本件テレビにあつては、平成28年12月9日、平成29年1月2日から同月7日までの間、同年3月20日及び同年4月23日の各期間に、本件ずわいがににあつては、平成28年12月13日に、地上波放送、CS放送又はBS放送を通じて放送した「ショッピングチャンネル」と称するテレビショッピング番組（以下「ショッピングチャンネル」という。）において、セール企画として、実際の販売価格に当該価格を上回る「明日以降」又は「期間以降」と称する価額を併記した映像を放送することにより、</p>

あたかも「明日以降」又は「期間以降」と称する価額は、本件3商品の各商品について当該セール企画終了後に適用される通常の販売価格であって、実際の販売価格が当該価格に比して安いかのように表示していた。

実際には、本件3商品の各商品がセール企画終了後に販売される期間は2日間又は3日間のみであって、ごく短期間のみ「明日以降」又は「期間以降」と称する価額で販売するにすぎず、当該価額での販売実績もジュピターショップチャンネルにおいて実質的に問われないものであって、将来の販売価格として十分な根拠のあるものとは認められない。

- ② 本件テレビを一般消費者に販売するに当たり、平成28年12月9日に、CS放送又はBS放送を通じて放送したショップチャンネルにおいて「皆様、32型がね、10万を切ってるってこれすごくない？これ最新でしょ。先月でたばかりでしょ。」「ええ。普通はですねありません。」等の音声を放送することにより、あたかも、本件テレビに係るジュピターショップチャンネルの実際の販売価格は、同日時点において他の販売事業者では通常設定できない安いものであるかのように表示していた。

実際には、同日時点において、本件テレビをジュピターショップチャンネルと同程度又は下回る価格で販売する他の販売事業者が複数存在していた。

- ③ 本件40型テレビを一般消費者に販売するにあたり、平成29年3月20日に地上波放送、CS放送又はBS放送を通じて放送したショップチャンネルにおいて、「こっちの40型が10万円台なのは、まあ、私見かけなかった。大体10万円台の、10の後半ですね、16万、17万とか、18万とかに普通はなるんですね。」等の音声を放送することにより、あたかも、本件40型テレビに係る他の販売事業者の販売価格は、同日時点において最低でも15万円程度であって、ジュピターショップチャンネルの実際の販売価格が当該他の販売事業者の販売価格に比して安いかのように表示していた。

実際には、同日時点において、本件40型テレビに係る他の販売事業者の販売価格は、15万円を下回るものが複数存在し、ジュピターショップチャンネルの実際の販売価格を下回るものも複数存在していた。

http://www.caa.go.jp/policies/policy/representation/fair_labeling/pdf/fair_labeling_180_316_0001.pdf

<p>H30.3.2 【措置命令】</p>	<p>消費者庁</p>	<p>株式会社SPRING</p>	<p>株式会社SPRING（以下「SPRING」という。）は、「7+English」と称する英会話教材（以下「本件商品」という。）を一般消費者に販売するに当たり、自社ウェブサイト（以下「本件ウェブサイト」という。）において、遅くとも平成28年4月1日から平成29年9月1日までの間、「発売開始キャンペーン さらに今回は7+Englishの発売記念ということで、本日から3日以内にお申し込みになった方に限り、1万円引きの19,800円で提供させていただきます。」と記載するとともに、「通常価格 29,800円 今だけ期間限定価格19,800円（税込）」と記載することにより、あたかも、「通常価格」と称する価額は、SPRINGが本件商品を販売する際に通常は当該価格で販売する価格であって、実際の販売価格が当該価格に比して安いものであり、かつ、一般消費者が本件ウェブサイトを初めて閲覧した日（以下「閲覧初日」という。）から3日以内に本件商品の購入を申し込んだ場合に限り、「通常価格」と称する価額から1万円引きの19,800円で本件商品を購入できるかのように表示していた。</p> <p>実際には、「通常価格」と称する価額は、閲覧履歴により閲覧初日に本件ウェブサイトの閲覧に用いたものであると同定されたウェブブラウザを用いて閲覧初日から5日目以降に本件ウェブサイトを開覧した場合に限り、実際の販売価格として表示される価格であり、かつ、遅くとも平成28年4月1日以降、19,800円又は当該価格よりも安い価格で本件商品を購入できるものであった。</p> <p>http://www.caa.go.jp/policies/policy/representation/fair_labeling/pdf/fair_labeling_180302_0001.pdf</p>
<p>H30.2.1 【措置命令】</p>	<p>消費者庁</p>	<p>東レ株式会社</p>	<p>東レ株式会社は、「トレビーノ PT302F」と称するポット型浄水器（以下「本件ポット型浄水器」という。）を販売する商品の箱（以下「本体箱」という。）に、交換用カートリッジ3個を同梱した箱（以下「カートリッジ箱」という。）を接着させ、2つの箱を一体化させた「トレビーノ PT302F メガ盛りパック」と称するポット型浄水器及び交換用カートリッジのセット商品（以下「本件商品」という。）を一般消費者に販売するに当たり、遅くとも平成29年3月以降、本件商品の商品パッケージの天面にあっては、本体箱に「カートリッジ1個付」と記載するとともに、カートリッジ箱に「カートリッジ4個入」と記載し、また、本件商品の商品パッケージの前面にあっては、本体箱にカートリッジ1個が装着された本件ポット型浄水器の写真を掲載するとともに、カートリッジ箱に「カートリッジ4個入」と記載することにより、あたかも、本件商品は、カー</p>

			<p>トリッジが合計5個入りであるかのように表示していた。</p> <p>実際には、本件商品は、カートリッジが本体箱に1個、カートリッジ箱に3個の合計4個入りであった。</p> <p>http://www.caa.go.jp/policies/policy/representation/fair_labeling/pdf/fair_labeling_180_201_0001.pdf</p>
H30.1.26 【措置命令】	消費者庁	アワ・パーム・カンパニー・リミテッド	<p>アワ・パーム・カンパニー・リミテッドは、「THE KING OF FIGHTERS '98 ULTIMATE MATCH Online」と称するオンラインゲーム（以下「本件ゲーム」という。）内において実施した、本件ゲーム内で使用する「クーラ」と称するキャラクターを提供する「クーラ限定ガチャ」と称する役務（以下「本件役務」という。）について、「クーラ」と称するキャラクターの画像とともに、「ガチャでピックアップの格闘家があたる」、「クーラ」、「出現確率：3%」、「購入」並びに「万能破片と格闘家確定」及び「10回購入」と記載することにより、あたかも、本件役務を1回ごとに取引する場合にあっては、本件役務の取引1回当たりの「クーラ」と称するキャラクターの出現確率が3パーセントであるかのように、また、本件役務を10回分一括して取引する場合にあっては、「万能破片」と称するアイテムの出現に割り当てられる1回を除く9回における本件役務の取引1回当たりの「クーラ」と称するキャラクターの出現確率が3パーセントであるかのように表示していた。</p> <p>実際には、本件役務を1回ごとに取引する場合の本件役務の取引1回当たりの「クーラ」と称するキャラクターの出現確率は、0.333パーセントであり、また、本件役務を10回分一括して取引する場合の「万能破片」と称するアイテムの出現に割り当てられる1回を除く9回における本件役務の取引1回当たりの「クーラ」と称するキャラクターの出現確率は、9回のうち8回については0.333パーセントであった。</p> <p>http://www.caa.go.jp/policies/policy/representation/fair_labeling/pdf/fair_labeling_180_126_0001.pdf</p>
H30.1.19 【課徴金納付命令】	消費者庁	株式会社やまぢや	<p>株式会社やまぢやは、「葛の花由来イソフラボン入り きょうの青汁」と称する機能性表示食品を一般消費者に販売するに当たり、平成28年7月26日から平成29年5月17日までの間、例えば、平成28年8月1日から平成29年5月11日までの間、自社ウェブサイトにおいて、体重計</p>

			<p>のイラストと共に、「落ちない体重」、走っている女性のシルエットのイラストと共に、「つらい運動」、ケーキのイラストに×印を付したイラストと共に、「食事制限はムリ!」、腹部のイラストと共に、「ぽっこりお腹」、「頑張らないダイエットをサポート!!」と記載するなどにより、あたかも、当該商品を摂取するだけで、誰でも容易に、内臓脂肪及び皮下脂肪の減少による、外見上、身体の変化を認識できるまでの腹部の痩身効果が得られるかのように示す表示をしていた。</p> <p>消費者庁が、同社に対し、当該表示の裏付けとなる合理的な根拠を示す資料の提出を求めたところ、同社から資料が提出されたが、当該資料は当該表示の裏付けとなる合理的な根拠を示すものとは認められなかった。</p> <p>課徴金額：592万円</p> <p>http://www.caa.go.jp/policies/policy/representation/fair_labeling/pdf/fair_labeling_180_119_0001.pdf</p>
H30.1.19 【課徴金納付命令】	消費者庁	ピルボックス ジャパン株式会社	<p>ピルボックスジャパン株式会社は、「onaka（おなか）」と称する機能性表示食品を一般消費者に販売するに当たり、平成28年9月26日から平成29年5月16日までの間、例えば、平成28年11月18日から平成29年5月16日までの間、自社ウェブサイトにおいて、引き締まった腹部の写真と共に、「内臓脂肪と皮下脂肪を減らす!」、「おなか集中お手軽サプリ!」と記載するなどにより、あたかも、当該商品を摂取するだけで、誰でも容易に、内臓脂肪及び皮下脂肪の減少による、外見上、身体の変化を認識できるまでの腹部の痩身効果が得られるかのように示す表示をしていた。</p> <p>消費者庁が、同社に対し、当該表示の裏付けとなる合理的な根拠を示す資料の提出を求めたところ、同社から資料が提出されたが、当該資料は当該表示の裏付けとなる合理的な根拠を示すものとは認められなかった。</p> <p>課徴金額：351万円</p> <p>http://www.caa.go.jp/policies/policy/representation/fair_labeling/pdf/fair_labeling_180_119_0001.pdf</p>
H30.1.19 【課徴金納付命令】	消費者庁	株式会社ハーブ 健康本舗	<p>株式会社ハーブ健康本舗は、「シボヘール」と称する錠剤状120粒入りの機能性表示食品及び「シボヘール」と称する錠剤状40粒入りの機能性表示食品を一般消費者に販売するに当たり、平</p>

付命令】			<p>成28年11月21日から平成29年6月6日までの間、例えば、平成28年11月21日から平成29年5月25日までの間、自社ウェブサイトにおいて、くびれたウエストの写真と共に、「お腹の脂肪が気になる方、肥満気味の方のための機能性表示食品!」、「お腹の脂肪を減らすのを助ける新習慣」、「1日たった4粒」と記載するなどにより、あたかも、当該商品を摂取するだけで、誰でも容易に、内臓脂肪及び皮下脂肪の減少による、外見上、身体の変化を認識できるまでの腹部の瘦身効果が得られるかのように示す表示をしていた。</p> <p>消費者庁が、同社に対し、当該表示の裏付けとなる合理的な根拠を示す資料の提出を求めたところ、同社から資料が提出されたが、当該資料は当該表示の裏付けとなる合理的な根拠を示すものとは認められなかった。</p> <p>課徴金額：2073万円</p> <p>http://www.caa.go.jp/policies/policy/representation/fair_labeling/pdf/fair_labeling_180_119_0001.pdf</p>
H30.1.19 【課徴金納付命令】	消費者庁	日本第一製薬株式会社	<p>日本第一製薬株式会社は、「お腹の脂肪に葛の花イソフラボンスリム」と称する機能性表示食品を一般消費者に販売するに当たり、平成28年4月18日から平成29年7月9日までの間、例えば、平成29年1月29日から同年5月24日までの間、自社ウェブサイトにおいて、くびれのある細身のウエストの写真と共に、「ズボンをスラッと履けるのが、こんなに快感だったなんて!」等と記載するなどにより、あたかも、当該商品を摂取するだけで、誰でも容易に、内臓脂肪の減少による、外見上、身体の変化を認識できるまでの腹部の瘦身効果が得られるかのように示す表示をしていた。</p> <p>消費者庁が、同社に対し、当該表示の裏付けとなる合理的な根拠を示す資料の提出を求めたところ、同社から資料が提出されたが、当該資料は当該表示の裏付けとなる合理的な根拠を示すものとは認められなかった。</p> <p>課徴金額：285万円</p> <p>http://www.caa.go.jp/policies/policy/representation/fair_labeling/pdf/fair_labeling_180_119_0001.pdf</p>
H30.1.19	消費者庁	株式会社NaI	株式会社NaIeIuは、「葛の花ヘルスリム27」と称する機能性表示食品を一般消費者に販

<p>【課徴金納付命令】</p>		<p>e l u</p>	<p>売するに当たり、平成28年5月30日から平成29年6月8日までの間、例えば、平成28年9月1日から平成29年6月8日までの間、自社ウェブサイトにおいて、細身の女性の写真と共に、「葛の花エキスのパワーで内臓脂肪・皮下脂肪を減らします。」及び「年齢を選ばない。代謝が落ちてきても成功！」等と記載するなどにより、あたかも、当該商品を摂取するだけで、誰でも容易に、内臓脂肪及び皮下脂肪の減少による、外見上、身体の変化を認識できるまでの腹部の痩身効果が得られるかのように示す表示をしていた。</p> <p>消費者庁が、同社に対し、当該表示の裏付けとなる合理的な根拠を示す資料の提出を求めたところ、同社から資料が提出されたが、当該資料は当該表示の裏付けとなる合理的な根拠を示すものとは認められなかった。</p> <p>課徴金額：775万円</p> <p>http://www.caa.go.jp/policies/policy/representation/fair_labeling/pdf/fair_labeling_180119_0001.pdf</p>
<p>H30.1.19 【課徴金納付命令】</p>	<p>消費者庁</p>	<p>株式会社テレビショッピング研究所</p>	<p>株式会社テレビショッピング研究所は、「葛の花サプリメント」と称する機能性表示食品を一般消費者に販売するに当たり、平成28年7月19日から平成29年5月31日までの間、例えば、平成28年8月15日から同月17日までの間、自社ウェブサイトにおいて、頭を抱えている女性の写真、しゃがみ込んで悩んでいる女性の写真及び目の前の料理を食べるか我慢するか迷っている女性の写真と共に、「運動しなくても！」、「食事制限しなくても！」、「あれこれガマンしなくても！」、「飲むだけで！お腹の脂肪が20cm²も減っていく！」、「きつい運動や食事制限…そんなガマンはもういらない！『葛の花サプリ』を飲むだけで、あとはいつも通りの生活でOK。お腹にタププリついてしまったその脂肪を、20cm²も減らします！」と記載するなどにより、あたかも、当該商品を摂取するだけで、誰でも容易に、内臓脂肪及び皮下脂肪の減少による、外見上、身体の変化を認識できるまでの腹部の痩身効果が得られるかのように示す表示をしていた。</p> <p>消費者庁が、同社に対し、当該表示の裏付けとなる合理的な根拠を示す資料の提出を求めたところ、同社から資料が提出されたが、当該資料は当該表示の裏付けとなる合理的な根拠を示すものとは認められなかった。</p> <p>課徴金額：689万円</p> <p>http://www.caa.go.jp/policies/policy/representation/fair_labeling/pdf/fair_labeling_180119_0001.pdf</p>

			119_0001.pdf
H30.1.19 【課徴金納付命令】	消費者庁	株式会社ステップワールド	<p>株式会社ステップワールドは、「ヘラスリム」と称する機能性表示食品を一般消費者に販売するに当たり、平成28年4月1日から平成29年6月22日までの間、自社ウェブサイトにおいて、例えば、平成28年4月1日から同年9月20日までの間、ウエストにくびれのある女性の写真と共に、「おなかの脂肪※₁ 臨床試験結果公開！ 3ヶ月でマイナス 15.3cm² くびれを目指す！」、「ダイエット成功期待度 第1位※ 獲得サプリ！【N=200】（株）マーシュ調べ」等と記載するなどにより、あたかも、当該商品を摂取するだけで、誰でも容易に、内臓脂肪の減少による、外見上、身体の変化を認識できるまでの腹部の痩身効果が得られるかのように示す表示をしていた。</p> <p>消費者庁が、同社に対し、当該表示の裏付けとなる合理的な根拠を示す資料の提出を求めたところ、同社から資料が提出されたが、当該資料は当該表示の裏付けとなる合理的な根拠を示すものとは認められなかった。</p> <p>課徴金額：4893万円</p> <p>http://www.caa.go.jp/policies/policy/representation/fair_labeling/pdf/fair_labeling_180_119_0001.pdf</p>
H30.1.19 【課徴金納付命令】	消費者庁	株式会社協和	<p>株式会社協和は、「ウエストシェイプ」と称する機能性表示食品を一般消費者に販売するに当たり、平成29年3月25日から同年8月24日までの間、例えば、同年3月25日から同年7月26日までの間、パソコン向け自社ウェブサイトにおいて、「体重やウエストサイズが気になる方へ」と題し、細身の腹部にメジャーを巻き付けた写真と共に、「運動や無理な食事制限は続けられない！そんなあなたに！！」、「こんなお悩みありませんか？」と題し、体重計に乗って頬に両手を当てて驚いた表情をしている女性の写真と共に、「□今までサプリメントで満足できなかった」、「□サプリメントを試してみたいが効果が出るのか不安」、「□代謝が落ちて体重が増えた」、「□お腹まわりが気になる」、「1つでも当てはまるものはありましたか？」及び「運動や無理な食事制限は続けられない！そんなあなたに！！」との記載に続いて、「葛の花イソフラボン配合のウエストシェイプがそんなあなたの悩みをサポート」、「葛の花由来イソフラボンでお腹の脂肪を」、「分解」及び「ブロック」等と記載するなどにより、あたかも、当該商品を摂取するだけで、誰でも容易に、内臓脂</p>

			<p>肪及び皮下脂肪の減少による、外見上、身体の変化を認識できるまでの腹部の痩身効果が得られるかのように示す表示をしていた。</p> <p>消費者庁が、同社に対し、当該表示の裏付けとなる合理的な根拠を示す資料の提出を求めたところ、同社から資料が提出されたが、当該資料は当該表示の裏付けとなる合理的な根拠を示すものとは認められなかった。</p> <p>課徴金額：263万円</p> <p>http://www.caa.go.jp/policies/policy/representation/fair_labeling/pdf/fair_labeling_180119_0001.pdf</p>
H30.1.19 【課徴金納付命令】	消費者庁	株式会社オンライン	<p>株式会社オンラインは、「slimfor（スリムフォー）」と称する機能性表示食品を一般消費者に販売するに当たり、平成28年10月13日から平成29年5月31日までの間、例えば、平成28年10月13日から平成29年5月18日までの間、自社ウェブサイトにおいて、ジーンズをつかんでウエストの隙間を見せている写真と共に、「体重を減らすのを助ける！ 内臓脂肪や皮下脂肪を減らすのを助ける！ ウエストサイズを減らすのを助ける！」と記載するなどにより、あたかも、当該商品を摂取するだけで、誰でも容易に、内臓脂肪及び皮下脂肪の減少による、外見上、身体の変化を認識できるまでの腹部の痩身効果が得られるかのように示す表示をしていた。</p> <p>消費者庁が、同社に対し、当該表示の裏付けとなる合理的な根拠を示す資料の提出を求めたところ、同社から資料が提出されたが、当該資料は当該表示の裏付けとなる合理的な根拠を示すものとは認められなかった。</p> <p>課徴金額：1167万円</p> <p>http://www.caa.go.jp/policies/policy/representation/fair_labeling/pdf/fair_labeling_180119_0001.pdf</p>
H30.1.12 【措置命令】	消費者庁	株式会社メガスポーツ	<p>株式会社メガスポーツは、同社が運営する「SPORTS AUTHORITY」と称する店舗においてスポーツ用品及びアウトドア用品47商品を一般消費者に販売するに当たり、例えば、平成28年7月14日又は同月15日に札幌市等の地域内に配布された日刊新聞紙に折り込んだ苫小牧店等における同月15日に開始したセール企画に係るチラシにおいて、「☺は当店平常価格です」と記載した上で、「Coleman トレッキングポール TP-10</p>

			<p>01」と称する商品について「㊦税込10,800円 レジにて50%OFFで 特別価格 本体価格5,000円 税込5,400円」と記載するなどにより、あたかも、「㊦」と称する価額は、当該店舗において当該商品について平常販売している価格であり、実際の販売価格が当該平常販売している価格に比して安いかのように表示していた。</p> <p>実際には、「㊦」と称する価額は当該店舗において当該商品について最近相当期間にわたって販売された実績のないものであった。</p> <p>http://www.caa.go.jp/policies/policy/representation/fair_labeling/pdf/fair_labeling_180112_0001.pdf</p>
H30.1.12 【措置命令】	栃木県	有限会社オートランドナカガワ	<p>有限会社オートランドナカガワは、中古自動車を一般消費者に販売するに当たり、少なくとも平成29年10月9日から同月31日までの間、中古自動車情報ウェブサイト及び中古自動車情報誌において、中古自動車16台の修復歴について、「なし」又は「無」と記載することにより、あたかも、当該中古自動車の外観や機能に欠陥（車体の骨格にあたる部分が損傷したものをいう。以下同じ。）が生じるなどの修復歴がないかのように示す表示をしていたが、実際にはオートオークションの出品票及び落札資料に、車体の外観や機能に欠陥が生じるなどの修復歴を示す記号が記載された修復歴があるものであった。</p> <p>http://www.pref.tochigi.lg.jp/c03/houdou/29keihyou01.html</p>
H29.12.27 【措置命令】	消費者庁	アマゾンジャパン合同会社	<p>アマゾンジャパン合同会社は、同社が運営する「Amazon.co.jp」と称するウェブサイトにおいて、</p> <p>① 同社が販売するクリアホルダー3商品（以下「本件クリアホルダー」という。）について、例えば、「プラスクリアホルダー A4 50枚 クリアー FL-170HO-50 88-105」と称する商品について、平成26年10月1日から平成29年5月10日までの間、「参考価格：¥4,860」と実際の販売価格を上回る「参考価格」と称する価額を実際の販売価格に併記するなどにより、あたかも、「参考価格」と称する価額は、一般消費者がこれを参考にすることにより実際の販売価格の安さの判断に資する価格であり、実際の販売価格が当該価格に比して安いかのように表示していた。</p> <p>実際には、「参考価格」と称する価額は、本件クリアホルダーの製造事業者が社内での商</p>

			<p>品管理上便宜的に定めた価格であり、一般消費者への提示を目的としていないものであった。</p> <p>② 同社が販売する「ワコーズ SP-4 スーパープロフォー ブレーキフルードDOT4及び JIS BF-5 T142 1L T142 [HTRC3]」と称するブレーキフルード（以下「本件ブレーキフルード」という。）について、平成28年9月5日から平成29年6月29日までの間、「参考価格：¥4,640」と、実際の販売価格を上回る「参考価格」と称する価額を実際の販売価格に併記することにより、あたかも、「参考価格」と称する価額は、一般消費者がこれを参考にすることにより実際の販売価格の安さの判断に資する価格であり、実際の販売価格が当該価格に比して安いかのように表示していた。</p> <p>実際には、「参考価格」と称する価額は、本件ブレーキフルードの製造事業者が設定した本件ブレーキフルードのメーカー希望小売価格よりも高く任意に設定された価格であった。</p> <p>③ 同社が販売する「国菊甘酒 900ml」と称する甘酒（以下「本件甘酒」という。）について、平成29年6月16日から同年7月18日までの間及び同月21日に、「参考価格：¥3,780」と、実際の販売価格を上回る「参考価格」と称する価額を実際の販売価格に併記することにより、あたかも、「参考価格」と称する価額は、一般消費者がこれを参考にすることにより実際の販売価格の安さの判断に資する価格であり、実際の販売価格が当該価格に比して安いかのように表示していた。</p> <p>実際には、「参考価格」と称する価額は、本件甘酒の製造事業者が設定した本件甘酒のメーカー希望小売価格よりも高い本件甘酒6本分のメーカー希望小売価格に基づく価格であった。</p> <p>http://www.caa.go.jp/policies/policy/representation/fair_labeling/pdf/fair_labeling_171227_0001.pdf</p>
H29.12.22 【措置命令】	兵庫県	全国農業協同組合連合会兵庫県本部	<p>全国農業協同組合連合会兵庫県本部は、自らが運営する飲食店において一般消費者に料理を提供するに当たり、平成27年4月頃から平成29年10月15日までの間、当該飲食店のメニュー及び自らのウェブサイトにおいて、「神戸ビーフ」等と記載することにより、あたかも、当該飲食店で提供する料理に「神戸ビーフ」を使用しているかのように示す表示をしていた。</p> <p>実際には、一部について、「神戸肉・神戸ビーフ」の定義（神戸肉流通推進協議会規約第21条）</p>

			<p>に該当しない「兵庫県産（但馬牛）」を使用していた。</p> <p>https://web.pref.hyogo.lg.jp/press/20171222_85b5b8503d5b11e9492581fe002551ad.html</p>
H29.12.22 【措置命令】	消費者庁	イオンライフ株式会社	<p>イオンライフ株式会社は、「イオンのお葬式」の名称で提供する葬儀サービスのうち、「火葬式」と称する葬儀サービス、「1日葬」と称する葬儀サービス及び「家族葬」と称する葬儀サービスの各役務（以下これらを併せて「本件3役務」という。）を一般消費者に提供するに当たり、平成29年3月14日から同年5月6日までの間、日刊新聞紙に掲載した広告において、「追加料金不要」と記載した上で、それぞれ、「火葬式198,000円（税込）」、「1日葬348,000円（税込）」及び「家族葬498,000円（税込）」と記載することにより、あたかも、本件3役務の各役務の提供に当たって必要な物品又は役務を追加又は変更する場合でも、当該各役務についてそれぞれ記載された価格以外に追加料金が発生しないかのように表示していた。</p> <p>実際には、火葬場利用料が15,000円を超える場合などには、追加料金が発生するものであった。</p> <p>http://www.caa.go.jp/policies/policy/representation/fair_labeling/pdf/fair_labeling_171222_0001.pdf</p>
H29.12.19 【措置命令】	消費者庁	株式会社e-chance	<p>株式会社e-chanceは、「レニューマックス」と称する自動車ボディ等の傷補修剤（他のカーケア用品と一体的に供給する場合は、当該カーケア用品を含む。以下「本件商品」という。）を一般消費者に販売するに当たり、平成28年3月19日から平成29年4月23日までの間、テレビコマーシャルにおいて、「あつという間にキレイに！」との映像、自動車ボディの傷に本件商品が塗布され、その後、当該傷が判別できなくなる程度に消える映像及び「様々な傷が簡単に、あつという間にキレイに」との音声、「サツとなぞって乾かすだけ！」との映像、自動車ボディの傷に本件商品が塗布され、その後、当該傷が判別できなくなる程度に消える映像及び「レニューマックスで傷の上にサツとなぞって乾かすだけで、びっくりするほどすっかりキズが見えなくなってしまうんです」との音声、「削ったり磨いたりはいりません！」との映像、「拭き取る必要すらないんです！」との映像及び「削ったり磨いたりはいりません。拭き取る必要すらないんです」との音声並びに自動車ボディのクリアコート層よりも深い部分に達した傷に本件商品が塗布され、その後、自動車ボディの塗膜が復元され、当該傷が消えるアニメーション映像及び「画期的な傷補修剤・レニューマッ</p>

			<p>クスが車にできた傷をしっかりとふさぐんです。乾くと滑らかな表面を作り出し、ボディを長持ちさせてくれます」との音声を放送することにより、あたかも本件商品の修復性能は、自動車のボディのカラー層にいたる傷に対して本件商品を塗布して乾かすだけで容易に当該傷を判別できなくなる程度に消すことができるものであるかのように示す表示をしていた。</p> <p>消費者庁が、同社に対し、当該表示の裏付けとなる合理的な根拠を示す資料の提出を求めたところ、同社から資料が提出されたが、当該資料は当該表示の裏付けとなる合理的な根拠を示すものとは認められなかった。</p> <p>http://www.caa.go.jp/policies/policy/representation/fair_labeling/pdf/fair_labeling_171219_0001.pdf</p>
<p>H29.12.14 【措置命令】</p>	<p>消費者庁</p>	<p>株式会社 サクライキ SAKLIKIT</p>	<p>株式会社SAKLIKITは、「CC+ DOWN LEGGINGS（シーシープラス ダウンレギンス）」と称する下着（以下「本件商品」という。）を一般消費者に販売するに当たり、遅くとも平成28年5月17日から平成29年4月20日までの間、自社ウェブサイトにおいて</p> <p>「何もしなくても24時間絶食状態！！ 異常なスピードで体重が落ちる！！ その威力はたった3日で-5kg減量！ 7日後・・・-10kg 10日後・・・-14kg 21日後には下半身だけじゃない！？ 全身の脂肪が痩せていく！！ ↓↓↓」と記載するとともに人の身体を比較した画像を掲載した上で「78kg⇒56kg！！ 体重-22kg減！！」</p> <p>「ただレギンスを履くだけで・・・ ①ミクロ単位の骨盤矯正 ↓↓↓ ②強制循環呼吸法 ↓↓↓ ③脂肪の無限∞燃焼 ↓↓↓ ④毒素の大量排出 この4stepで 365日・・・ 脱ぎ捨てるまで瘦身スパイラルが止まらない」</p> <p>「14日以内に全身の脂肪を削ぎ落とす！！ ≧14日間着用≪」と記載するとともに人の腹部を比較した画像を掲載した上で「体重64kg⇒43kg 体重-21kg減 体脂肪率⇒驚異の9%」</p> <p>「体型が激変した体験者は 既に300名を超えています」と記載した上で「◎最低体重記録を更新しました！ 柴田茜様（29歳）3週間着用」と記載するとともに人の身体を比較した画像を掲載した上で「61kg⇒43kg ≧-18kg≪ 出産を期に15kg太ってしまいました。5年くらい何をしても全く落ちなかったのに・・・CC+ダウンレギンスを履き始めたら、ここ数年の最低体重記録を更新しました。」</p>

			<p>などと記載することにより、あたかも、本件商品を着用するだけで、短期間で容易に著しい痩身効果が得られるかのように示す表示をしていた。</p> <p>消費者庁が、同社に対し、当該表示の裏付けとなる合理的な根拠を示す資料の提出を求めたところ、同社は当該期間内に当該資料を提出しなかった。</p> <p>http://www.caa.go.jp/policies/policy/representation/fair_labeling/pdf/fair_labeling_171214_0001.pdf</p>
<p>H29.12.8 【措置命令】</p>	<p>消費者庁</p>	<p>株式会社 I D O M</p>	<p>株式会社 I D O Mは、同社が運営する「ガリパーミニクル」と称する店舗で中古自動車 129 台（以下「本件 129 商品」という。）を一般消費者に販売するに当たり、</p> <p>例えば、平成 28 年 5 月 21 日に盛岡市等の地域内に配布された日刊新聞紙に折り込んだチラシにおいて、「602 ダイハツ ミラ イース L スマートセレクション SA」と称する中古自動車について、当該商品の画像とともに当該商品に係る商品説明の一部として「保証付き」と記載するなど、35 商品につき、それぞれ、当該各商品の画像とともに当該各商品に係る商品説明の一部として「保証付き」と記載することにより</p> <p>例えば、平成 29 年 1 月 1 日に甲府市等の地域内に配布された日刊新聞紙に折り込んだチラシにおいて、当該チラシの裏面下部に「長期保証 最長 10 年」及び「重要機構部分を対象に最長 10 年の長期保証つき。」と記載した上で、「155 スズキ アルト VP」と称する中古自動車について、当該商品の画像とともに当該商品に係る商品説明の一部として「2 年保証対象車」と記載するなど、69 商品につき、それぞれ、当該各商品の画像とともに当該各商品に係る商品説明の一部として「2 年保証対象車」などと記載することにより</p> <p>例えば、平成 29 年 3 月 4 日に宮崎市内に配布された日刊新聞紙に折り込んだチラシにおいて、当該チラシの裏面下部に「長期保証 最長 10 年」及び「重要機構部分を対象に最長 10 年の長期保証つき。」と記載した上で、「243 スズキ アルト X」と称する中古自動車について、当該商品の画像とともに当該商品に係る商品説明の一部として「10 年保証対象車」と記載するなど、25 商品につき、それぞれ当該各商品の画像とともに当該各商品に係る商品説明の一部として「10 年保証対象車」などと記載することにより</p> <p>あたかも、本件 129 商品の各商品には、車両に係る保証が無償で付帯しているかのように表示していた。</p>

			<p>実際には、本件 1 2 9 商品の各商品には、車両に係る保証は無償では付帯していなかった。</p> <p>http://www.caa.go.jp/policies/policy/representation/fair_labeling/pdf/fair_labeling_171208_0001.pdf</p>
H29.12.5 【措置命令】	消費者庁	株式会社シーズメン	<p>株式会社シーズメンは、同社が運営する 3 2 店舗において供給する衣料品 8 商品（以下「本件商品」という。）を一般消費者に販売するに当たり、平成 2 9 年 6 月後半以降に実施した「夏期セール」と称するセール（以下「本件セール」という。）において、最大で平成 2 9 年 6 月 2 0 日から同年 9 月 2 4 日までの間、「POP」と称する店頭表示物に「4 0 % O F F」等と記載するとともに、本件商品に取り付けた「タグ」と称する値札（以下「タグ」という。）に例えば、「¥ 2 , 9 0 0 + 税」などと「販売価格 + 税」と記載し、当該販売価格の上に当該販売価格から 4 0 パーセント割り引いた価格を記載した「貼りプラ」と称するシールを貼付することにより、あたかも、本件商品を当該各店舗における通常の販売価格から 4 0 パーセント割り引いて販売するかのように表示していた。</p> <p>実際には、本件商品は本件セール実施前に販売されたことがないものであって、タグに記載された販売価格は、本件セールにおいて 4 0 パーセントという割引率を表示するために、同社が任意に設定したものであった。</p> <p>http://www.caa.go.jp/policies/policy/representation/fair_labeling/pdf/fair_labeling_171205_0001.pdf</p>
H29.12.1 【措置命令】	消費者庁	株式会社イエローハット	<p>株式会社イエローハットは、カー用品 3 3 商品を一般消費者に販売するに当たり、例えば、平成 2 8 年 8 月 5 日に札幌市の地域内に配布された日刊新聞紙に折り込んだ札幌白石店における同日に開始したセール企画に係るチラシにおいて、「㊦は当店通常価格」と記載した上で、「ECLIPSE オーディオ一体型カーナビ AVN-G05」と称する商品について「㊦ ¥ 6 9 , 8 0 0（税込 ¥ 7 5 , 3 8 4）の品 ¥ 5 4 , 8 0 0（税込 ¥ 5 9 , 1 8 4）」と記載するなどにより、あたかも、「㊦」と称する価額は、当該各店舗において当該各商品について通常販売している価格であり、実際の販売価格が当該通常販売している価格に比して安いかのように表示していた。</p> <p>実際には、「㊦」と称する価額は、当該各店舗において当該各商品について最近相当期間に</p>

			<p>わたって販売された実績のないものであった。</p> <p>http://www.caa.go.jp/policies/policy/representation/fair_labeling/pdf/fair_labeling_171201_0001.pdf</p>
H29.11.10 【措置命令】	長野県	有限会社ヴィアン	<p>有限会社ヴィアンは、中古自動車を一般消費者に販売するに当たり、平成29年1月13日から同年7月13日までの間、中古自動車情報サイト及び中古自動車情報誌において</p> <p>① 中古自動車2台の走行距離について、「8.7万km」等と記載することにより、当該中古自動車の走行距離が記載の数値のとおりであるかのように示す表示をしていたが、実際には、オートオークションの出品資料である車両情報に記載された走行距離より過少に表示したものであった。</p> <p>② 中古自動車2台の修復歴について、「なし」等と記載することにより、あたかも当該中古自動車の車体の骨格部位に修復歴がないかのように示す表示をしていたが、実際には、オートオークションの出品票等に修復歴を示す記号が記載された修復歴があるものであった。</p> <p>http://www.pref.nagano.lg.jp/kurashi-shohi/happyou/171110press.html</p>
H29.11.7 【措置命令】	消費者庁	株式会社太田胃散	<p>株式会社太田胃散は、「葛の花イソフラボン 貴妃」と称する機能性表示食品及び「葛の花イソフラボン ウエストサポート茶」と称する機能性表示食品（以下これらを併せて「本件2商品」という。）を一般消費者に販売するに当たり、例えば、「葛の花イソフラボン 貴妃」と称する機能性表示食品について、平成29年1月27日から同年6月1日までの間、例えば、同年2月8日から同年5月25日までの間、自社ウェブサイトにおいて、細身のウエストにメジャーを巻き付けた写真と共に、「【ウエストサポート】体重やお腹の脂肪を減らす」、腹部の肉を手でつまんだ写真と共に、「気になるのは…ウエストにたっぷり溜まった脂肪や体重…」、「<input checked="" type="checkbox"/>脂っこいものやお酒、炭水化物や甘いものをよく食べる」、「<input checked="" type="checkbox"/>健康診断で肥満を指摘された」、「<input checked="" type="checkbox"/>ウエストが閉まらない」、「<input checked="" type="checkbox"/>失敗続きのダイエット」及び細身のウエストにメジャーを巻き付けた写真と共に、「そんなあなたに…！！」等と記載するなどにより、あたかも、本件2商品を摂取するだけで、誰でも容易に、内臓脂肪及び皮下脂肪の減少による、外見上、身体の変化を認識できるまでの腹部の瘦身効果が得られるかのように示す表示をしていた。</p> <p>消費者庁が、同社に対し、当該表示の裏付けとなる合理的な根拠を示す資料の提出を求めたとこ</p>

			<p>る、同社から資料が提出されたが、当該資料は当該表示の裏付けとなる合理的な根拠を示すものとは認められなかった。</p> <p>http://www.caa.go.jp/policies/policy/representation/fair_labeling/pdf/fair_labeling_171107_0001.pdf</p>
H29.11.7 【措置命令】	消費者庁	株式会社オンライン	<p>株式会社オンラインは、「slimfor（スリムフォー）」と称する機能性表示食品（以下「本件商品」という。）を一般消費者に販売するに当たり、平成28年10月13日から平成29年5月31日までの間、例えば、平成28年10月13日から平成29年5月18日までの間、自社ウェブサイトにおいて、ジーンズをつかんでウエストの隙間を見せている写真と共に、「体重を減らすのを助ける！ 内臓脂肪や皮下脂肪を減らすのを助ける！ ウエストサイズを減らすのを助ける！」と記載するなどにより、あたかも、本件商品を摂取するだけで、誰でも容易に、内臓脂肪及び皮下脂肪の減少による、外見上、身体の変化を認識できるまでの腹部の痩身効果が得られるかのように示す表示をしていた。</p> <p>消費者庁が、同社に対し、当該表示の裏付けとなる合理的な根拠を示す資料の提出を求めたところ、同社から資料が提出されたが、当該資料は当該表示の裏付けとなる合理的な根拠を示すものとは認められなかった。</p> <p>http://www.caa.go.jp/policies/policy/representation/fair_labeling/pdf/fair_labeling_171107_0001.pdf</p>
H29.11.7 【措置命令】	消費者庁	株式会社CDグローバル	<p>株式会社CDグローバルは、「葛の花イソフラボン青汁」と称する機能性表示食品（以下「本件商品」という。）を一般消費者に販売するに当たり、</p> <p>① 平成29年6月8日から同年8月2日までの間、例えば、同年6月8日から同年8月2日までの間、自社ウェブサイトにおいて、「内臓脂肪 皮下脂肪 ウエスト 体重 減少」、「効率的なダイエットをしたい」、「定期的に運動する時間がない」、「内臓脂肪が減らない」、「CDグローバルの体重、ウエスト周囲径を 内臓脂肪、皮下脂肪を 減らす青汁」等と記載するなどにより、あたかも、本件商品を摂取するだけで、誰でも容易に、内臓脂肪及び皮下脂肪の減少による、外見上、身体の変化を認識できるまでの腹部の痩身効果が得られるかのように示す表示をしていた。</p> <p>消費者庁が、同社に対し、当該表示の裏付けとなる合理的な根拠を示す資料の提出を求めたと</p>

			<p>ころ、同社から資料が提出されたが、当該資料は当該表示の裏付けとなる合理的な根拠を示すものとは認められなかった。</p> <p>② 平成29年7月14日から同年8月28日までの間、例えば、同年7月14日から同年8月2日までの間、自社ウェブサイトにおいて、「先日販売を開始しました『葛の花イソフラボン青汁』につきまして、弊社の予想を大きく上回るご注文を頂いており、生産が間に合わない状態が続いております。」と記載するなどにより、あたかも、本件商品の販売数量に関する具体的な予想を立て、当該予想販売数量を上回るほどの相当程度多数の注文を受けているかのように示す表示をしていた。</p> <p>実際には、具体的な数値予想を立てておらず、上記表示期間中における注文数は僅少であった。 http://www.caa.go.jp/policies/policy/representation/fair_labeling/pdf/fair_labeling_171_107_0001.pdf</p>
H29.11.7 【措置命令】	消費者庁	株式会社全日本通教	<p>株式会社全日本通教は、「葛の花減脂粒」と称する機能性表示食品（以下「本件商品」という。）を一般消費者に販売するに当たり、平成28年1月28日から平成29年5月22日までの間、例えば、平成28年5月1日から平成29年5月16日までの間、自社ウェブサイトにおいて、ズボンと腹部の間に手を入れてズボンを引っ張った写真と共に、「気になる体重、ウエスト周りに『葛の花由来イソフラボン』」、「ふえる体重、たまる脂肪対策に脚光！」、「相田翔子さんもお腹の脂肪を減らすサポート」、「『体重にビックリ！』 ウエストにも、嬉しい実感が！」等と記載するなどにより、あたかも、本件商品を摂取するだけで、誰でも容易に、内臓脂肪の減少による、外見上、身体の変化を認識できるまでの腹部の痩身効果が得られるかのように示す表示をしていた。</p> <p>消費者庁が、同社に対し、当該表示の裏付けとなる合理的な根拠を示す資料の提出を求めたところ、同社から資料が提出されたが、当該資料は当該表示の裏付けとなる合理的な根拠を示すものとは認められなかった。 http://www.caa.go.jp/policies/policy/representation/fair_labeling/pdf/fair_labeling_171_107_0001.pdf</p>
H29.11.7 【措置命令】	消費者庁	ありがとう通販株式会社	<p>ありがとう通販株式会社は、「青汁ダイエットン」と称する機能性表示食品（以下「本件商品」という。）を一般消費者に販売するに当たり、平成28年10月5日から平成29年5月11日ま</p>

			<p>での間、例えば、平成28年12月1日から平成29年5月11日までの間、自社ウェブサイトにおいて、肥満気味の腹部にメジャーを巻いた女性のイラストと共に、『『ぽっこりお腹』で損してませんか?』、「見た目年齢で損しない! お腹の脂肪を減らす 青汁ダイエット」と記載するなどにより、あたかも、本件商品を摂取するだけで、誰でも容易に、内臓脂肪及び皮下脂肪の減少による、外見上、身体の変化を認識できるまでの腹部の痩身効果が得られるかのように示す表示をしていた。</p> <p>消費者庁が、同社に対し、当該表示の裏付けとなる合理的な根拠を示す資料の提出を求めたところ、同社から資料が提出されたが、当該資料は当該表示の裏付けとなる合理的な根拠を示すものとは認められなかった。</p> <p>http://www.caa.go.jp/policies/policy/representation/fair_labeling/pdf/fair_labeling_171107_0001.pdf</p>
H29.11.7 【措置命令】	消費者庁	株式会社ECスタジオ	<p>株式会社ECスタジオは、「イージースムージーグリーン」と称する機能性表示食品（以下「本件商品」という。）を一般消費者に販売するに当たり、平成29年3月13日から同年5月22日までの間、例えば、同年3月13日から同年4月14日までの間、自社ウェブサイトにおいて、細身の女性の写真と共に、「置き換えなくても簡単Dietスムージー 体重を減らす」と記載するなどにより、あたかも、本件商品を摂取するだけで、誰でも容易に、内臓脂肪及び皮下脂肪の減少による、外見上、身体の変化を認識できるまでの腹部の痩身効果が得られるかのように示す表示をしていた。</p> <p>消費者庁が、同社に対し、当該表示の裏付けとなる合理的な根拠を示す資料の提出を求めたところ、同社から資料が提出されたが、当該資料は当該表示の裏付けとなる合理的な根拠を示すものとは認められなかった。</p> <p>http://www.caa.go.jp/policies/policy/representation/fair_labeling/pdf/fair_labeling_171107_0001.pdf</p>
H29.11.7 【措置命令】	消費者庁	株式会社協和	<p>株式会社協和は、「ウエストシェイプ」と称する機能性表示食品（以下「本件商品」という。）を一般消費者に販売するに当たり、平成29年3月25日から同年8月24日までの間、例えば、同年3月25日から同年7月26日までの間、パソコン向け自社ウェブサイトにおいて、「体重やウエ</p>

			<p>ストサイズが気になる方へ」と題し、細身の腹部にメジャーを巻き付けた写真と共に、「運動や無理な食事制限は続けられない！そんなあなたに！！」、「こんなお悩みありませんか？」と題し、体重計に乗って頬に両手を当てて驚いた表情をしている女性の写真と共に、「<input type="checkbox"/>今までサプリメントで満足できなかった」、「<input type="checkbox"/>サプリメントを試してみたいが効果が出るのか不安」、「<input type="checkbox"/>代謝が落ちて体重が増えた」、「<input type="checkbox"/>お腹まわりが気になる」、「1つでも当てはまるものはありましたか？」及び「運動や無理な食事制限は続けられない！そんなあなたに！！」との記載に続いて、「葛の花イソフラボン配合のウエストシェイプがそんなあなたの悩みをサポート」、「葛の花由来イソフラボンでお腹の脂肪を」、「分解」及び「ブロック」等と記載するなどにより、あたかも、本件商品を摂取するだけで、誰でも容易に、内臓脂肪及び皮下脂肪の減少による、外見上、身体の変化を認識できるまでの腹部の痩身効果が得られるかのように示す表示をしていた。</p> <p>消費者庁が、同社に対し、当該表示の裏付けとなる合理的な根拠を示す資料の提出を求めたところ、同社から資料が提出されたが、当該資料は当該表示の裏付けとなる合理的な根拠を示すものとは認められなかった。</p> <p>http://www.caa.go.jp/policies/policy/representation/fair_labeling/pdf/fair_labeling_171107_0001.pdf</p>
<p>H29.11.7 【措置命令】</p>	<p>消費者庁</p>	<p>株式会社スギ薬局</p>	<p>株式会社スギ薬局は、「葛の花ウエストケアタブレット」と称する機能性表示食品、「葛の花ウエストケアスムージー」と称する機能性表示食品及び「葛の花プレミアム青汁」と称する機能性表示食品（以下これらを併せて「本件3商品」という。）を一般消費者に販売するに当たり、平成28年9月5日から平成29年5月17日までの間、例えば、平成28年9月5日から平成29年5月11日までの間、自社ウェブサイトにおいて、肥満気味の腹部のイラストと共に、「あなたのお悩みは？」、「お腹の脂肪が気になる」、「内臓脂肪が気になる」、「体重（BMI）が気になる」、「肥満気味である」、「ウエスト周囲径が気になる」、「そんなあなたに！機能性表示食品 お腹の脂肪を減らす葛の花シリーズ」と記載するなどにより、あたかも、本件3商品を摂取するだけで、誰でも容易に、内臓脂肪及び皮下脂肪の減少による、外見上、身体の変化を認識できるまでの腹部の痩身効果が得られるかのように示す表示をしていた。</p> <p>消費者庁が、同社に対し、当該表示の裏付けとなる合理的な根拠を示す資料の提出を求めたところ、同社から資料が提出されたが、当該資料は当該表示の裏付けとなる合理的な根拠を示すものと</p>

			<p>は認められなかった。</p> <p>http://www.caa.go.jp/policies/policy/representation/fair_labeling/pdf/fair_labeling_171_107_0001.pdf</p>
H29.11.7 【措置命令】	消費者庁	株式会社ステップワールド	<p>株式会社ステップワールドは、「ヘラスリム」と称する機能性表示食品（以下「本件商品」という。）を一般消費者に販売するに当たり、平成28年2月10日から平成29年6月22日までの間、自社ウェブサイトにおいて、例えば、平成28年2月10日から同年9月20日までの間、ウエストにくびれのある女性の写真と共に、「おなかの脂肪※₁臨床試験結果公開！3ヶ月でマイナス15.3cm²くびれを目指す！」、「ダイエット成功期待度 第1位※ 獲得サプリ！【N=200】（株）マーシュ調べ」等と記載するなどにより、あたかも、本件商品を摂取するだけで、誰でも容易に、内臓脂肪の減少による、外見上、身体の変化を認識できるまでの腹部の痩身効果が得られるかのように示す表示をしていた。</p> <p>消費者庁が、同社に対し、当該表示の裏付けとなる合理的な根拠を示す資料の提出を求めたところ、同社から資料が提出されたが、当該資料は当該表示の裏付けとなる合理的な根拠を示すものとは認められなかった。</p> <p>http://www.caa.go.jp/policies/policy/representation/fair_labeling/pdf/fair_labeling_171_107_0001.pdf</p>
H29.11.7 【措置命令】	消費者庁	株式会社テレビショッピング研究所	<p>株式会社テレビショッピング研究所は、「葛の花サプリメント」と称する機能性表示食品（以下「本件商品」という。）を一般消費者に販売するに当たり、平成28年7月19日から平成29年5月31日までの間、例えば、平成28年8月15日から同月17日までの間、自社ウェブサイトにおいて、頭を抱えている女性の写真、しゃがみ込んで悩んでいる女性の写真及び目の前の料理を食べるか我慢するか迷っている女性の写真と共に、「運動しなくても！」、「食事制限しなくても！」、「あれこれガマンしなくても！」、「飲むだけで！お腹の脂肪が20cm²も減っていく！」、「きつい運動や食事制限…そんなガマンはもういらない！『葛の花サプリ』を飲むだけで、あとはいつも通りの生活でOK。お腹にタププリついてしまったその脂肪を、20cm²も減らします！」と記載するなどにより、あたかも、本件商品を摂取するだけで、誰でも容易に、内臓脂肪及び皮下脂肪の減少による、外見上、身体の変化を認識できるまでの腹部の痩身効果が得られるかのように示す</p>

			<p>表示をしていた。</p> <p>消費者庁が、同社に対し、当該表示の裏付けとなる合理的な根拠を示す資料の提出を求めたところ、同社から資料が提出されたが、当該資料は当該表示の裏付けとなる合理的な根拠を示すものとは認められなかった。</p> <p>http://www.caa.go.jp/policies/policy/representation/fair_labeling/pdf/fair_labeling_171107_0001.pdf</p>
H29.11.7 【措置命令】	消費者庁	株式会社N a l e l u	<p>株式会社N a l e l uは、「葛の花ヘルスリム27」と称する機能性表示食品（以下「本件商品」という。）を一般消費者に販売するに当たり、平成28年5月30日から平成29年6月8日までの間、例えば、平成28年9月1日から平成29年6月8日までの間、自社ウェブサイトにおいて、細身の女性の写真と共に、「葛の花エキスのパワーで内臓脂肪・皮下脂肪を減らします。」及び「年齢を選ばない。代謝が落ちてきても成功！」等と記載するなどにより、あたかも、本件商品を摂取するだけで、誰でも容易に、内臓脂肪及び皮下脂肪の減少による、外見上、身体の変化を認識できるまでの腹部の瘦身効果が得られるかのように示す表示をしていた。</p> <p>消費者庁が、同社に対し、当該表示の裏付けとなる合理的な根拠を示す資料の提出を求めたところ、同社から資料が提出されたが、当該資料は当該表示の裏付けとなる合理的な根拠を示すものとは認められなかった。</p> <p>http://www.caa.go.jp/policies/policy/representation/fair_labeling/pdf/fair_labeling_171107_0001.pdf</p>
H29.11.7 【措置命令】	消費者庁	株式会社ニッセン	<p>株式会社ニッセンは、「メディスリム（12粒）」と称する機能性表示食品（以下「本件商品」という。）を一般消費者に販売するに当たり、平成27年10月28日から平成29年5月12日までの間、例えば、平成27年11月10日から平成28年10月27日までの間、自社ウェブサイトにおいて、炎が燃えるイラストを背景としたズボンのウエストのボタンが閉まらない写真と共に、「＼年々出てくるお腹の＼内臓脂肪を減らすサプリメント」、「お腹の脂肪が気になる方に！！」、「こんな方にお勧めです。」と題し、ズボンのウエスト部分が閉まらない写真と共に、「お腹の脂肪を減らしたい・・・」、「<input checked="" type="checkbox"/>年齢と共にお腹に脂肪がついてきた」、「<input checked="" type="checkbox"/>昔着ていた服、お腹まわりがキツイ」及び「<input checked="" type="checkbox"/>ポッコリお腹を何とかしたい」と記載した上で、「そんなあなたにぜひオススメし</p>

			<p>たい！」と記載した矢印の先に、「『内臓脂肪を減らすサプリメント』、「メディスリムの実力はこんなにスゴイ！！」と題し、「『ぽっこりお腹を何とかしたい！』そんな悩みを解消するために生まれたのが『メディスリム』です。」と記載するなどにより、あたかも、本件商品を摂取するだけで、誰でも容易に、内臓脂肪の減少による、外見上、身体の変化を認識できるまでの腹部の痩身効果が得られるかのように示す表示をしていた。</p> <p>消費者庁が、同社に対し、当該表示の裏付けとなる合理的な根拠を示す資料の提出を求めたところ、同社から資料が提出されたが、当該資料は当該表示の裏付けとなる合理的な根拠を示すものとは認められなかった。</p> <p>http://www.caa.go.jp/policies/policy/representation/fair_labeling/pdf/fair_labeling_171_107_0001.pdf</p>
H29.11.7 【措置命令】	消費者庁	日本第一製薬株式会社	<p>日本第一製薬株式会社は、「お腹の脂肪に葛の花イソフラボンスリム」と称する機能性表示食品（以下「本件商品」という。）を一般消費者に販売するに当たり、平成28年4月18日から平成29年7月9日までの間、例えば、平成29年1月29日から同年5月24日までの間、自社ウェブサイトにおいて、くびれのある細身のウエストの写真と共に、「ズボンをスラッと履けるのが、こんなに快感だったなんて！」等と記載するなどにより、あたかも、本件商品を摂取するだけで、誰でも容易に、内臓脂肪の減少による、外見上、身体の変化を認識できるまでの腹部の痩身効果が得られるかのように示す表示をしていた。</p> <p>消費者庁が、同社に対し、当該表示の裏付けとなる合理的な根拠を示す資料の提出を求めたところ、同社から資料が提出されたが、当該資料は当該表示の裏付けとなる合理的な根拠を示すものとは認められなかった。</p> <p>http://www.caa.go.jp/policies/policy/representation/fair_labeling/pdf/fair_labeling_171_107_0001.pdf</p>
H29.11.7 【措置命令】	消費者庁	株式会社ハーブ健康本舗	<p>株式会社ハーブ健康本舗は、「シボヘール」と称する錠剤状120粒入りの機能性表示食品及び「シボヘール」と称する錠剤状40粒入りの機能性表示食品（以下これらを併せて「本件商品」という。）を一般消費者に販売するに当たり、平成28年11月21日から平成29年6月6日までの間、例えば、平成28年11月21日から平成29年5月25日までの間、自社ウェブサイト</p>

			<p>において、くびれたウエストの写真と共に、「お腹の脂肪が気になる方、肥満気味の方のための機能性表示食品!」、「お腹の脂肪を減らすのを助ける新習慣」、「1日たった4粒」と記載するなどにより、あたかも、本件商品を摂取するだけで、誰でも容易に、内臓脂肪及び皮下脂肪の減少による、外見上、身体の変化を認識できるまでの腹部の痩身効果が得られるかのように示す表示をしていた。</p> <p>消費者庁が、同社に対し、当該表示の裏付けとなる合理的な根拠を示す資料の提出を求めたところ、同社から資料が提出されたが、当該資料は当該表示の裏付けとなる合理的な根拠を示すものとは認められなかった。</p> <p>http://www.caa.go.jp/policies/policy/representation/fair_labeling/pdf/fair_labeling_171_107_0001.pdf</p>
H29.11.7 【措置命令】	消費者庁	ピルボックス ジャパン株式会社	<p>ピルボックスジャパン株式会社は、「onaka（おなか）」と称する機能性表示食品（以下「本件商品」という。）を一般消費者に販売するに当たり、平成28年9月26日から平成29年5月16日までの間、例えば、平成28年11月18日から平成29年5月16日までの間、自社ウェブサイトにおいて、引き締まった腹部の写真と共に、「内臓脂肪と皮下脂肪を減らす!」、「おなか集中お手軽サプリ!」と記載するなどにより、あたかも、本件商品を摂取するだけで、誰でも容易に、内臓脂肪及び皮下脂肪の減少による、外見上、身体の変化を認識できるまでの腹部の痩身効果が得られるかのように示す表示をしていた。</p> <p>消費者庁が、同社に対し、当該表示の裏付けとなる合理的な根拠を示す資料の提出を求めたところ、同社から資料が提出されたが、当該資料は当該表示の裏付けとなる合理的な根拠を示すものとは認められなかった。</p> <p>http://www.caa.go.jp/policies/policy/representation/fair_labeling/pdf/fair_labeling_171_107_0001.pdf</p>
H29.11.7 【措置命令】	消費者庁	株式会社やまぢや	<p>株式会社やまぢやは、「葛の花由来イソフラボン入り きょうの青汁」と称する機能性表示食品（以下「本件商品」という。）を一般消費者に販売するに当たり、平成28年7月26日から平成29年5月17日までの間、例えば、平成28年8月1日から平成29年5月11日までの間、自社ウェブサイトにおいて、体重計のイラストと共に、「落ちない体重」、走っている女性のシルエットのイ</p>

			<p>ラストと共に、「つらい運動」、ケーキのイラストに×印を付したイラストと共に、「食事制限はムリ!」、腹部のイラストと共に、「ぽっこりお腹」、「頑張らないダイエットをサポート!!」と記載するなどにより、あたかも、本件商品を摂取するだけで、誰でも容易に、内臓脂肪及び皮下脂肪の減少による、外見上、身体の変化を認識できるまでの腹部の痩身効果が得られるかのように示す表示をしていた。</p> <p>消費者庁が、同社に対し、当該表示の裏付けとなる合理的な根拠を示す資料の提出を求めたところ、同社から資料が提出されたが、当該資料は当該表示の裏付けとなる合理的な根拠を示すものとは認められなかった。</p> <p>http://www.caa.go.jp/policies/policy/representation/fair_labeling/pdf/fair_labeling_171107_0001.pdf</p>
<p>H29.11.2 【措置命令】</p>	<p>消費者庁</p>	<p>株式会社ARS</p>	<p>株式会社ARSは、「電気の110番救急車」及び「クラピタル」と称する屋号、「街の修理屋さん」と総称する屋号並びに「ライフ救急車」と称する屋号による電気・鍵・水まわり・ガラス・害虫の各トラブル解決に係る15役務を一般消費者に提供するに当たり、平成27年5月29日から平成29年6月30日までの間、各役務に関し、それぞれ、次のような表示を行っていた。</p> <p>① 10役務について、「全国1000拠点!」等と記載することにより、あたかも、各役務を提供する拠点が全国に1,000か所存在するかのように示すなどの表示をしていたが、実際には、各役務を提供する拠点の数は、それぞれ1,000を大きく下回っていた。</p> <p>② 10役務について、「年間実績10万件以上」等と記載することにより、あたかも、各役務の年間受注実績等が10万件以上であるかのように示すなどの表示をしていたが、実際には、各役務の年間受注実績等は、それぞれ10万件を大きく下回っていた。</p> <p>③ 12役務について、「官公庁・有名企業御用達の確かな実績あるサービスです。」等と記載するとともに事業者等の名称等を記載することにより、あたかも、各役務について、記載された名称等に係る事業者等から多数の受注実績があるかのように示すなどの表示をしていたが、実際には、記載された名称等に係る事業者等の一部又は大部分からの受注実績がなかった。</p> <p>④ 8役務について、「メディア取材実績アリ 日本テレビZIP! テレビ朝日グッド! モーニング 関西テレビよ〜いどん!」等と記載することにより、あたかも、各役務について、これらのテレビ番組からの取材実績があるかのように示す表示をしていたが、実際には、これらのテレ</p>

			<p>び番組の一部又は全部からの取材実績がなかった。</p> <p>⑤ 5 役務について、「業界最大手の電気のプロが即日対応します。」等と記載することにより、あたかも、各役務の業界において自社が最大手又は一番の事業者であるかのように示す表示をし、「日本一の技術でトラブルを解決」等と記載することにより、あたかも、各役務の業界において自社の技術力が第1位であるかのように示す表示をし、「対応実績 年間実績日本一！」等と記載することにより、あたかも、各役務の業界において自社の年間受注実績が第1位であるかのように示す表示をし、「お客様満足度、業界No. 1」、「お客様満足度は・・・93.0%!! 満足度No. 1 2014年度のお客様アンケート382名のうち、355名が満足とお答え」等と記載することにより、あたかも、各役務について自社が実施した顧客アンケートにおける「大満足」又は「満足」と回答した者の割合が93.0%であり、また、各役務の業界において自社の顧客満足度が第1位であるかのように示す表示をしていた。</p> <p>消費者庁が、同社に対し、当該表示の裏付けとなる合理的な根拠を示す資料の提出を求めたところ、同社は、一部の表示については当該資料を提出せず、そのほかの表示については当該期間内に表示に係る裏付けとする資料を提出したが、当該資料は、当該表示の裏付けとなる合理的な根拠を示すものであるとは認められないものであった。</p> <p>⑥ 5 役務について、「アナタの街にある電気屋さんの中でも 品質良いから 技術あるから No. 1のお客様満足度があります。」等と記載することにより、あたかも、各役務について、特定の地域において自社の顧客満足度が第1位であるかのように示す表示をし、2 役務について、「高い満足度を継続達成中！」等と記載することにより、あたかも、各役務に係る自社の顧客満足度が継続して高水準を達成しているかのように示す表示をしていた。</p> <p>消費者庁が、同社に対し、当該表示の裏付けとなる合理的な根拠を示す資料の提出を求めたところ、同社は、当該資料を提出しなかった。</p> <p>⑦ 15 役務について、「最短15分で現場到着」、「どこよりも早く!!」等と記載することにより、あたかも、各役務について、同業他社と比較して作業員が最も早く現場に到着し、また、最短15分での到着も期待できるかのように示す等の表示をしていた。</p> <p>消費者庁が、同社に対し、当該表示の裏付けとなる合理的な根拠を示す資料の提出を求めたと</p>
--	--	--	---

			<p>ころ、同社は、一部の表示については当該資料を提出せず、そのほかの表示については当該期間内に表示に係る裏付けとする資料を提出したが、当該資料は、当該表示の裏付けとなる合理的な根拠を示すものであるとは認められないものであった。</p> <p>⑧ 3つの電気トラブル解決役務について、実際にはARSが運営しているにもかかわらず自社とは無関係の事業者が運営するものであるかのように装った「電気のトラブルお助け隊」と称する比較サイトにおいて、あたかも、当該サイト運営事業者が、全国から選定した15事業者のサービス内容を客観的に比較した結果、当該3役務が第1位から第3位と評価されたかのように示す表示をし、</p> <p>3つの害虫トラブル解決役務について、実際にはARSが運営しているにもかかわらず自社とは無関係の事業者が運営するものであるかのように装った「害虫&害獣駆除業者比較ナビ」と称する比較サイトにおいて、あたかも、当該サイト運営事業者が、全国から選定した15事業者のサービス内容を客観的に比較した結果、当該3役務が第1位から第3位と評価されたかのように示す表示をしていた。</p> <p>消費者庁が、同社に対し、当該表示の裏付けとなる合理的な根拠を示す資料の提出を求めたところ、同社は表示に係る裏付けとする資料を提出しなかった。</p> <p>※対象サービスの各表示内容等の詳細については、ホームページを御覧ください。 http://www.caa.go.jp/policies/policy/representation/fair_labeling/pdf/fair_labeling_171102_0001.pdf</p>
<p>H29.11.2 【措置命令】</p>	<p>消費者庁</p>	<p>株式会社リュウセン</p>	<p>株式会社リュウセンは、「クラピタル」と称する屋号、「街のパソコン屋さん」と称する屋号及び「ライフ救急車」と称する屋号によるパソコントラブル解決に係る3役務を一般消費者に提供するに当たり、平成27年8月23日から平成29年2月25日までの間、各役務に関し、それぞれ、次のような表示を行っていた。</p> <p>① 2役務について、「全国1000拠点！」等と記載することにより、あたかも、各役務を提供する拠点が全国各地に1,000か所存在するかのよう示すなどの表示をしていたが、実際には、各役務を提供する拠点の数は、それぞれ1,000を大きく下回っていた。</p> <p>② 2役務について、「年間実績10万件以上」等と記載することにより、あたかも、各役務の年間受注実績等が10万件以上であるかのように示すなどの表示をしていたが、実際には、各役務</p>

			<p>の年間受注実績等は、それぞれ10万件を大きく下回っていた。</p> <p>③ 3役務について、「官公庁・有名企業御用達の確かな実績あるサービスです。」等と記載するとともに事業者等の名称等を記載することにより、あたかも、各役務について、記載された名称等に係る事業者等から多数の受注実績があるかのように示すなどの表示をしていたが、実際には、記載された名称等に係る事業者等の一部又は大部分からの受注実績がなかった。</p> <p>④ 2役務について、「メディア取材実績アリ 日本テレビZIP! テレビ朝日グッド! モーニング 関西テレビよ〜いどん!」等と記載することにより、あたかも、各役務について、これらのテレビ番組からの取材実績があるかのように示す表示をしていたが、実際には、これらのテレビ番組の一部又は全部からの取材実績がなかった。</p> <p>⑤ 「クラピタル」と称する屋号によるパソコントラブル解決役務について、「業界最大手のパソコンのプロが即日対応します。」等と記載することにより、あたかも、当該役務の業界において自社が最大手又は一番の事業者であるかのように示す表示をし、</p> <p>「日本一の技術でトラブルを解決」等と記載することにより、あたかも、当該役務の業界において自社の技術力が第1位であるかのように示す表示をし、</p> <p>「対応実績 年間実績日本一!」等と記載することにより、あたかも、当該役務の業界において自社の年間受注実績が第1位であるかのように示す表示をし、</p> <p>「お客様満足度、業界No. 1」、「お客様満足度は・・・93.0%!! 満足度No. 1 2014年度のお客様アンケート382名のうち、355名が満足とお答え」等と記載することにより、あたかも、当該役務について自社が実施した顧客アンケートにおける「大満足」又は「満足」と回答した者の割合が93.0%であり、また、当該役務の業界において自社の顧客満足度が第1位であるかのように示す表示をしていた。</p> <p>消費者庁が、同社に対し、当該表示の裏付けとなる合理的な根拠を示す資料の提出を求めたところ、同社は、一部の表示については当該資料を提出せず、そのほかの表示については当該期間内に表示に係る裏付けとする資料を提出したが、当該資料は、当該表示の裏付けとなる合理的な根拠を示すものであるとは認められないものであった。</p> <p>⑥ 「街のパソコン屋さん」と称する屋号によるパソコントラブル解決役務について、「あなたの街にあるパソコン屋さんの中でも 品質良いから 技術あるから No. 1のお客様満足度があ</p>
--	--	--	---

			<p>ります。」と記載することにより、あたかも、当該役務について、特定の地域において自社の顧客満足度が第1位であるかのように示す表示をしていた。</p> <p>消費者庁が、同社に対し、当該表示の裏付けとなる合理的な根拠を示す資料の提出を求めたところ、同社は、当該資料を提出しなかった。</p> <p>⑦ 3役務について、「最短15分で現場到着」、「どこよりも早く！！」等と記載することにより、あたかも、各役務について、同業他社と比較して作業員が最も早く現場に到着し、また、最短15分での到着も期待できるかのように示す等の表示をしていた。</p> <p>消費者庁が、同社に対し、当該表示の裏付けとなる合理的な根拠を示す資料の提出を求めたところ、同社は、一部の表示については当該資料を提出せず、そのほかの表示については当該期間内に表示に係る裏付けとする資料を提出したが、当該資料は、当該表示の裏付けとなる合理的な根拠を示すものであるとは認められないものであった。</p> <p>※対象サービスの各表示内容等の詳細については、ホームページを御覧ください。</p> <p>http://www.caa.go.jp/policies/policy/representation/fair_labeling/pdf/fair_labeling_171102_0001.pdf</p>
--	--	--	---